

1741

Der Briefmarkensammler

UNION

DEUTSCHE VERLAGSGESELLSCHAFT

STUTTGART, BERLIN,

LEIPZIG.

SAWFORD

Der Briefmarkensammler

J

ILLUSTRIERTE
TASCHENBÜCHER
FÜR DIE
JUGEND

Hzi.

11



Bibliotheca Lundensiana

PHILATELIC SECTION.



Illustrierte Taschenbücher für die Jugend.

Diese Serie verdankt ihr Entstehen dem seitens der Leser unseres „Guten Kameraden“ lebhaft geäußerten Wunsche nach kleinen praktischen Hülfsbüchern, welche geeignet sind, ihren jugendlichen Liebhabereien, sowie bei wichtigen Lebensfragen als Leitfaden zu dienen. Die Serie bezweckt daher, in knapper monographischer Form ein Hülfsmittel für die Beschäftigung mit naturwissenschaftlichen und technischen Dingen zu geben, sodann aber auch für das praktische Leben nützliche Winke zu erteilen. Erschienen sind bisher:

- Band 1: Berufswahl: Armee und Marine.
- „ 2: Aquarium und Terrarium.
- „ 3: Liebhaber-Photographie.
- „ 4: Der junge Elektrotechniker.
- „ 5: Kleine Sternkunde.
- „ 6: Jugendtheater.
- „ 7: Der Schmetterlingsammler.
- „ 8: An der Hobel- und Drehbank.
- „ 9: Berufswahl: Die 4 Fakultäten.
- „ 10: Radfahren.
- „ 11: Der Briefmarkensammler.
- „ 12: Der junge Schiffbauer.

Preis für jedes Bändchen
reich illustriert und elegant gebunden 1 Mark.

Union Deutsche Verlagsgesellschaft
Stuttgart, Berlin, Leipzig.

Illustrierte Taschenbücher für die Jugend.



Der
**Briefmarken-
*
Sammler**

Bearbeitet von Dr. Hans Brendicke

Herausgegeben
von der Redaktion des Guten Kameraden

Mit 168 Abbildungen



• Stuttgart • Berlin • Leipzig •
Union Deutsche Verlagsgesellschaft

Illustrierte Taschenbücher für die Jugend.

Diese Serie verdankt ihr Entstehen dem seitens der Leser unseres „Guten Kameraden“ lebhaft geäußerten Wunsche nach kleinen praktischen Hilfsbüchern, welche geeignet sind, ihren jugendlichen Liebhabereien, sowie bei wichtigen Lebensfragen als Leitfaden zu dienen. Die Serie bezweckt daher, in knapper monographischer Form ein Hilfsmittel für die Beschäftigung mit naturwissenschaftlichen und technischen Dingen zu geben, sodann aber auch für das praktische Leben nützliche Winke zu erteilen. Erschienen sind bisher:

- Band 1: Berufswahl: Armee und Marine.
- „ 2: Aquarium und Terrarium.
- „ 3: Liebhaber-Photographie.
- „ 4: Der junge Elektrotechniker.
- „ 5: Kleine Sternkunde.
- „ 6: Jugendtheater.
- „ 7: Der Schmetterlingsammler.
- „ 8: An der Hobel- und Drehbank.
- „ 9: Berufswahl: Die 4 Fakultäten.
- „ 10: Radfahren.
- „ 11: Der Briefmarkensammler.
- „ 12: Der junge Schiffbauer.

Preis für jedes Bändchen
reich illustriert und elegant gebunden 1 Mark.

Union Deutsche Verlagsgesellschaft
Stuttgart, Berlin, Leipzig.

Braunford 1493

Illustrierte Taschenbücher für die Jugend.



Der
**Briefmarken-
* Sammler**

Bearbeitet von Dr. Hans Brendicke

Herausgegeben
von der Redaktion des Guten Kameraden

Mit 168 Abbildungen



• Stuttgart • Berlin • Leipzig •
Union Deutsche Verlagsgesellschaft

Nachdruck verboten.

Alle Rechte, insbesondere das der Uebersetzung, vorbehalten.

Druck der Union Deutsche Verlagsgesellschaft in Stuttgart.

Inhalt.

	Seite
Einleitung	5
Abschnitt I.	
Wert und Bedeutung der Briefmarkenfunde	8
Zur Geschichte der Briefmarkenfunde	13
Abschnitt II.	
Die technische Herstellung der Postwertzeichen	20
Abschnitt III.	
Unterscheidungsmerkmale der Postwertzeichen	35
a) Format	36
b) Papier	42
c) Umrandung	45
d) Wasserzeichen	47
e) Farbe	48
f) Schriftarten	51
g) Sprachverschiedenheiten	53
h) Wertangaben	60
i) Kontrollzeichen	62
k) Stecherzeichen	63
l) Summierung	63
m) Gauffrage	65
n) Untergrund	65
o) Ueberdruck	66
p) Ausdruck	68

Abschnitt IV.

Hilfsmittel und Rüstzeug des Briefmarkensammlers	76
Vom Waschen und Kleben der Briefmarken	83

Abschnitt V.

Sammlungen und Alben	87
Grundsätze für das Sammeln von Briefmarken	87
a) Gebraucht oder ungebraucht	87
b) Ganzsachen oder Quadratausschnitte	91
c) Aufdruckmarken	93
d) Neudrucke	95
e) Hamilton-Marken	96
Das Anlegen einer Briefmarkensammlung	97
Die Briefmarkenalben	100

Abschnitt VI.

Die Fachliteratur	119
Die bestehenden deutschen Briefmarkenzeitungen	119
a) Selbständige Fachzeitschriften	119
b) Organe einzelner Vereine	120
c) Anzeigenblätter	121
d) Ausländische Fachzeitschriften	121
Kataloge	122
Handbücher und Einzelschriften	124
Einrichtungen zur Förderung der Philatelie	126
a) Vereine	126
b) Prüfungsstellen	127
c) Ausstellungen	128
d) Philatelistentage	129
e) Briefmarkenbörsen und Versteigerungen	130



Der Briefmarken- sammler.

Einleitung.

Während das Postwesen in früherer Zeit sich von allem fernhielt, heißt es in dem „Buch von der Weltpost“ (Berlin 1894), was nicht unmittelbar mit der Beförderung von Nachrichten, Sachen oder Personen zusammenhing, ist es ein besonderes Merkmal des jetzigen Postwesens, daß es mehr und mehr auch andere mit dem Verkehrswesen nur in einem loseren Zusammenhange stehende Geschäftszweige in den Bereich seiner Thätigkeit zieht. Die Thätigkeit der Post umfaßt heutzutage im allgemeinen nicht nur die Beförderung von Briefen, Postkarten, Zeitungen und anderen Drucksachen, Warenproben und Mustern, Geldbriefen, Paketen mit und ohne Wertangabe, ferner die Beförderung von Personen, soweit dies in der Neuzeit nicht durch die Eisenbahnen erfolgt, sondern sie erstreckt sich auch auf die Besorgung bankmäßiger Geschäfte, durch Postanweisungen, Postnachnahmen, Postaufträge, neuerdings auch Einholung von Wechselaccepten und Aufnahme von Wechselprotesten. Einige Länder haben noch Postsparkassen, besorgen den Vertrieb von Wertzeichen zu Steuererhebungszwecken und beteiligen sich an den Ge-

schäften staatlicher Renten- und Lebensversicherungen. Für alle diese Verwaltungszweige gibt es Marken und so kommt es, daß mitunter Briefmarken zu anderen als Postzwecken verwendet, dagegen Steuer-, Telegraphen-, Sparkassen- und andere Marken hinwiederum zu postalischen Zwecken benützt und mit dem Entwertungstempel der Post versehen wurden. Dadurch ergeben sich für einzelne Länder wichtige Gesichtspunkte der Betrachtung, die beim Markensammeln Beachtung verdienen. In England werden z. B. Telegraphenmarken zu postalischen Zwecken benützt. Post and Revenue sind hier und anderswo meist vereint. In den Vereinigten Staaten von Nordamerika besorgt die Post nicht zugleich auch Telegramme und Pakete, sondern nur die Brieffschaften.

Die Brieffportoreform ist bei dem innigen Zusammenhange zwischen der Briefpost und dem gesamten Kulturzustande eines Volkes von besonderer Wichtigkeit und die Errichtung des Weltpostvereins ist von weittragenderer Bedeutung, als man im allgemeinen annimmt.

Vom Jubiläum des Weltpostvereins, das jüngst stattfand, wird folgendes gemeldet: „Unter allen Schöpfungen des Postwesens, welche dem Verkehr zwischen den verschiedenen Nationen und Völkern dienen, nimmt der Weltpostverein unstreitig den höchsten Rang ein. Seine von Heinrich v. Stephan, dem verstorbenen ersten deutschen Generalpostmeister, angeregte Gründung entsprang dem praktischen Nützlichkeitsgedanken, alle Länder durch einen postalischen Einheitsvertrag zu einer einzigen Gemeinschaft zu vereinigen. Den Anstoß hierzu gab eine 1868 von Stephan verfaßte Broschüre. Sie führte zum ersten Postkongreß, der am 15. September 1874 in Bern abgehalten wurde. Das Ergebnis der dort gepflogenen Beratungen war der Abschluß eines allgemeinen Postvereinsvertrages mit 22 europäischen, amerikanischen, asiatischen und

afrikanischen Staaten, der bereits am 9. Oktober 1874 zustande kam. Eine am Neußeren Standesrathaus in Bern angebrachte Gedenktafel erinnert für alle Zeiten an diesen denkwürdigen Tag. Der 1. Juli des Jahres 1875, an dem jener Vertrag in Kraft trat, ist aber auch zugleich der Tag, mit dem das internationale Bureau des Weltpostvereins zu Bern eingerichtet wurde. Sonach konnte dieser bereits das Jubiläum seines 25-jährigen Bestehens feiern. Aus diesem Anlaß hatte der schweizerische Bundesrat die Vertreter der vom Weltpostverein zur Zeit mit einer Einwohnerzahl von über 100 Millionen umfaßten Staaten zu einem Kongreß eingeladen, welcher am 2. Juli 1900 in Bern stattgefunden hat. Mit demselben ist zugleich die Feier der einstigen Gründung des Weltpostvereins verbunden worden, die durch mehrtägige öffentliche Festakte ihren sichtbaren Ausdruck erhielt."

Die Portoberechnung war noch um die Mitte des 19. Jahrhunderts in dem Wirrwarr der 33 deutschen Kleinstaaten ein postalisches Meisterstück und die alten Kalender enthielten als wesentlichen Bestandteil umfangreiche Tabellen der Porti und der Postkurse*), der Fahr- und Reitposten. Das Porto für Briefe im Auslande war mitunter geradezu „unberechenbar“, weil der Beförderung mehrere Wege zur Verfügung standen.

Freilich wurde jeder Brief eingetragen und hatte für den Empfänger soviel zu bedeuten, wie heute ein hoher Besuch, und das gelegentliche „Mitnehmen“ von Briefen fremder Leute an Adressen des Reiseziels war gang und gäbe. Dem allem gab die englische Portoreform vom Jahre 1840 eine entscheidende Wendung, herbeigeführt durch Rowland Hill (geb. 3. 12. 1795, gest. 22. 8. 1879).

*) S. B. Lübedischer Staatskalender auf das Jahr 1829. Berliner Kalender auf das Gemeinjahr 1831.

Abschnitt I.

Wert und Bedeutung der Briefmarkenkunde.

Die Bezeichnung des Briefmarkensammelsportes hat bereits eine Geschichte hinter sich. Bald nach dem Aufkommen der Liebhaberei, die von England her eingeführt ist, wo die erste aufklebbare Marke 1840 den Anlaß zum Sammeln gegeben hat, herrschte nur der Name „Briefmarkenkunde“. Die ältesten deutschen Fachzeitschriften heißen „Magazin für Briefmarkensammler“ (Leipzig 1863 bis 1867), „Börsenblatt für den Briefmarkenhandel“ (1864), der „Deutsche Briefmarkensammler“ (Hamburg 1864), „Der Briefmarkensammler“ von G. Hauschke (Leipzig 1866 bis 1871) u. s. w. bis Dr. A. Moschkau (Dresden 1872) plötzlich einen „Philatelist“ erscheinen ließ, dem dann „Philatelistische Monatsberichte“ (Hannover 1876) und eine Berliner, später „Deutsche Philatelistenzeitung“ folgten*).

Um das Jahr 1878 erhob sich ein (ziemlich müßiger) Streit, ob man die Briefmarkenkunde nennen solle „Philatelie“, also mit einem barbarisch gebildeten, aus dem Griechischen zusammengestoppelten Worte, das etwa bedeutet „Liebhaberei für Steuerzeichen“ (oder wohl gar „Steuerfreude“) oder „Philatelie“ (Liebhaberei für Tribut-

*) O. Fraenkel, Amtsrichter a. D., Chronologische Tabelle der deutschen philatelistischen Zeitschriften vom Anfang bis auf die Gegenwart (1863—1893) Berlin 1894.

losigkeit, Abgabefreiheit). Glücklicherweise ist die Philatelie gänzlich in das Meer der Vergessenheit gesunken, aber das Fremdwort „Phil-*at*elie“ blüht noch und gedeiht auf Philatelistentagen, in Philatelistenzeitungen und bei philatelistischen Schriftstellern. Beide Worte sind falsch gebildet, denn das altgriechische Wort *τελος* „Steuer“ enthält nichts von dem Begriff „Briefmarke“. Die Briefmarke macht den Brief nicht gebührenfrei, sondern ist nur ein Mittel der Gebührentrichtung.

Gang und gäbe ist jetzt das Wort „Postwertzeichen“ und „Postwertzeichenkunde“, das von den Gegnern der Fremdwörterei mit Vorliebe verwendet wird. Dieses Wort ist aber langatmig, überflüssig und unsachlich; denn es werden Marken gesammelt, die weder Postzeichen noch Wertzeichen sind z. B. Telegraphenmarken, Telegraphenscheine, Fehlbrücke, Versuchsmarken. Da „Postwertzeichenkunde“ ein recht schwerfälliges Wort ist und das Eigenschaftswort „postwertzeichenkundlich“ geradezu ein Wortungeheuer, so empfiehlt es sich zu dem geschichtlich gegebenen Anfang zurückzukehren*) und das bekannte, von allen gern dem Munde zugeführte Wesen wieder „Briefmarke“ zu nennen, von Briefmarkenkunde zu sprechen und eine „Deutsche Briefmarkenzeitung“ zu halten. Es gibt einen ehrenwerten Stand von Kaufleuten, die „Briefmarkenhändler“ heißen, es gibt Verkehrsorte für diese d. h. die Briefmarkenbörsen und die Briefmarkenausstellungen.

Besonders in früheren Jahren wurde mehrfach die Frage aufgeworfen: „Ist die Philatelie eine Wissenschaft oder nur eine Manie“? Ueber den Wert und die Bedeutung des Briefmarkensammelns ist oft und eifrig gestritten worden. Allen Ernstes wird mitunter

*) Vergl. M. Marcus, Verwaltungsdirektor, und Dr. S. Brendick in den Mitteilungen des deutschen Sprachvereins Berlin. 6. Jahrg. 1895 Nr. 4 und 5, S. 60.

behauptet, das Sammeln verleite die Jugend zum Stehlen, es verderbe den Charakter der Erwachsenen, es fördere üble Leidenschaften, Selbstsucht und Habgier — und ähnliche schöne Dinge. Nun, das Leidenschaftliche hat das Briefmarkensammeln gemein mit jedem anderen Sammelzweig und mit jedem Sport.

Die Briefmarkenkunde kann nie eine Wissenschaft werden. Daß die Briefmarke jemals einen archäologisch-geschichtlichen Wert erlangen werde, in dem Sinne, wie etwa eine Bronze oder ein Feuersteingerät, ist bei der Vergänglichkeit des Materials (Faserstoff, Lumpenpapier) und bei der Fülle hervorragend besserer gleichzeitiger Quellen (Archive, Museen, Bibliotheken) stark zu bezweifeln.

Die Philatelie ist also nicht etwa eine Wissenschaft, zu welcher ihr jegliche Vorbedingung fehlt, sondern sie ist und bleibt eine Liebhaberei, eine Neigung, der man sich mit Sinn und Verstand, mit Geschick und Geschmac widmen kann und auch so widmen muß, wenn sie auf die Dauer recht befriedigen soll*), wie das Sammeln von Stichen, Schnitten und Antiquitäten.

Man sollte ferner aufhören zu behaupten, daß durch die den Alben (Sammelbüchern mit Vordruck) beigelegten Landkarten und die geschichtlichen Erläuterungen, durch Beigabe von Porträts der regierenden Fürsten und durch die Ausdrücke der Kolonienamen auf Marken des Mutterlandes (z. B. Gabun, Annam und Tonkin auf französischen Marken) etwa das Interesse für Geographie und Geschichte geweckt werde. Gediegene positive Kenntnisse in diesen Fächern werden im allgemeinen nicht „gleichsam spielend“ erworben, sondern stets nur durch ernststen Fleiß.

Es läßt sich nicht leugnen, daß durch die Angaben

*) Vergl. H. Wendicke im „Allg. Briefmarken-Anzeiger“, Dresden 1878 (preisgekrönter Aufsatz).

der Münzsorten aller Länder die Kenntniss von den Werten des Weltverkehrs bedeutend vermehrt wird; auch ist es ja wahr, daß das Sammeln von Briefmarken erst dann eine größere Wirkung erreicht, wenn der Sammler sich stets Rechenschaft von der geschichtlichen und Kultur-entwicklung jedes Landes zu verschaffen sucht, sowie auch die Staatsverfassung und das Münzwesen beachtet. Aber die Vermehrung positiver Kenntnisse ist nicht Selbstzweck des Sammelns, sondern nur Nebenerfolg. Allzu begeisterte Verehrer der Briefmarkenkunde erhoffen von der Beschäftigung mit Briefmarken die wunderbarsten Erfolge.

Die Philatelie ist daher nur eine das Leben verschönernde, mit Sinn und Geschmac zu betreibende Liebhaberei; sie kann im Laufe der Zeit, wie die Numismatik, Sphragistik und Heraldik, wie die Archäologie und Ethnographie zu einer Hilfswissenschaft der Kulturgeschichte werden.

Ein notwendiges Glied der gesamten Geschichtswissenschaft wird die Briefmarkenkunde aber wohl niemals werden, weil sie zu jung ist, als daß man bei der Ueberfülle des sonst schon aufgestapelten Materials auf sie zurückgreifen müßte, um z. B. den Kulturzustand eines Volkes kennen zu lernen, weil sie ferner zu arm an Erkenntnisgegenständen ist, als daß man zu ihr die letzte Zuflucht nehmen müßte (wie es bei antiken Münzen und Vasen der Fall ist), um z. B. den Zustand der vervielfältigenden Künste, der Farbengebung, der Papierfabrikation, kurz des ganzen Handels und Industriewesens zu charakterisieren.

Wie litterarische Aufzeichnungen, Autographe, Denkmäler, Bauten, Münzen und Gebrauchsgegenstände des täglichen Lebens aller Völker und Zeiten, wie die Schlösser und Schlüssel des Herrn Dillinger in Wien, die Messersammlung des Herrn Petermandl in Salz-

burg, systematisch geordnet, von der größten Bedeutung für die Kulturgeschichte im allgemeinen sind, so ist jeder einzelne Gegenstand, in seinen sämtlichen Formen und Erscheinungen auf der ganzen Erde gesammelt, ein in seiner Art bedeutsames Element der Kulturgeschichte, das wie jedes andere einen mehr oder minder wertvollen Beitrag zur Geschichte der Menschheit abgibt; denn aus einzelnen kleinen Steinen baut sich der Palast der Wissenschaft auf.

Begleitende und fördernde Wissenschaften der Briefmarkenkunde sind folgende:

Die Geographie belehrt uns über Namen von Ländern und Staatengebilden, wie Perak, Sarawak, Selangor, die man in der Schule nicht zu hören pflegt.

Die Geschichte gibt Aufklärung über die Entwicklung der Staaten, über die Veränderungen der Staatsformen. Wie lehrreich und interessant sind in dieser Beziehung die Marken von Frankreich und Spanien! Wieviel lehrt uns der Fortschritt von den „Kopfspreußen“ (König Friedrich Wilhelm IV. von Preußen) zu den „Adlerpreußen“ (seit dem Regierungsantritt König Wilhelms I.) und von diesen zu den Marken des Norddeutschen Bundes und des Deutschen Reiches und zwar erst der Thaler- und Silbergroschen- und schließlich der Mark- und Goldwährung seit dem 1. Januar 1874*)!

Die Münzwissenschaft (Numismatik) und die Wappenlehre (Heraldik) geben Aufschlüsse über die Wertbezeichnungen der Briefmarke, über die Verhältnisse und den Agotageverkehr der Staaten untereinander, sowie über die Sinnbilder und die auf den Marken befindlichen Devisen.

Sprache und Schrift, Farbe und graphische Herstellung der Briefmarken geben dem Sammler viel-

*) Alexander Kummer, Die deutschen Reichsmünzen vom Jahre 1871 bis 1898 und bezügliche Gesetze. Dresden 1899.

fach Gelegenheit, seine Kenntnisse zu vermehren, den Geschmack zu bilden und zu läutern, sowie den Sinn für Schönheit zu beleben.

Zur Geschichte der Briefmarkenkunde.

Die seit 1840 in Europa verwendete Briefmarke ist keineswegs das erste und älteste Steuerzeichen oder Mittel, um eine Gebührenfreiheit auszudrücken beziehungsweise die bezahlte Gebühr zu bescheinigen, da an eine zweckentsprechende Frankierung schon vor mehr als sechs Jahrzehnten gedacht wurde.

Zuerst soll in der Mitte des 17. Jahrhunderts König Karl II. von England (1661 bis 1655) für Beförderung der Korrespondenzen seines Hofes und seiner höheren Beamten einen Briefumschlag ausgegeben haben, dessen Aufschrift die Portofreiheit der betreffenden Schreiben anzeigte. Indes fehlen darüber beglaubigte Nachrichten und urkundliche Belege.

Hingegen hat Frankreich thatsächlich die ersten Stadtpostcouverts in Paris in Umlauf gesetzt und zwar trägt das königliche Dekret über deren Verausgabung das Datum des 8. August 1653. Diese ersten Stadtpostcouverts hatten die Form breiter Zeitungsschleifen und wurden auch wie diese einfach um den Brief geschlungen und mittels Lack verschlossen. Die vorgedruckte Aufschrift der Couverts lautete: Port payé . . . le . . . jour de . . . l'an mil six cent cinquante-trois ou cinquante-quatre und die Ausfüllung des Datums wurde als Zeichen der Entwertung beziehungsweise der stattgehabten Benützung betrachtet. Der Preis solch eines Stadtpostcouverts oder, wie man es in Paris nannte, „Billet port payé“, war 1 Sou und es wurden dieselben außer im königlichen Palais beim „Kommissgeneral“ auch bei den

Bortiers aller königlichen Aemter, in den Klöstern u. s. w. verkauft. Diese Billets waren eine Erfindung der geistreichen Herzogin v. Longueville, während der Grundgedanke der für jene Zeit vortrefflichen Stadtpost einem Herrn de Belayer entstammt, welchem auch die Leitung derselben anvertraut war.

Schon im Jahre 1676 schlug dieser Einrichtung die letzte Stunde, und die Savoyarden von ehedem wurden wieder die Briefträger — das Billet port payé hatte den Reiz der Neuheit verloren.

Erst im Jahre 1811 hört man wieder von Postwertzeichen, indem in diesem Jahre eine Schifffahrtsgesellschaft in Schottland Brief- und Paketmarken in Umlauf brachte, aber Einzelheiten über deren Form und über die Zeitdauer ihrer Existenz sind nicht bekannt geworden.

Genauere Nachricht haben wir über zwei Postcouverts von Sardinien, von denen das erste im Jahre 1819, das andere im Jahre 1820 zur Ausgabe gelangte. Sie führten den Namen „Carta postale bollota“ und waren außer allen königlichen Postämtern auch in den Tabaktrafiken verkäuflich. Diese Briefumschläge trugen das Bild eines Postillons zu Pferde mit Posthorn an den Lippen und mit der Wertangabe. Der Stempel war je nach dem Werte rund, liegend-oval und achteckig, das Couvert hatte die Form eines zusammengefalteten halben Bogens Altpapier. Um etwaigen Fälschungen vorzubeugen, war das Papier mit verschiedenen, sehr interessanten Wasserzeichen versehen. Im Jahre 1836 hörten diese Couverts auf zu kursieren. Sowohl Originale als auch besonders Neudrucke dieser Couverts zieren die Alben unserer modernen Sammler.

Einen Versuch, auch in Schweden Postcouverts einzuführen, machte im Januar 1823 der Leutnant-Curry Gabriel v. Treffenberg, indem er der schwedischen Ne-

gierung Proben vorlegte, die jedoch, wie das Projekt überhaupt, abgelehnt wurden.

Endlich drang die Idee der Einführung von Postwertzeichen durch, als Sir Rowland Hill dem Pennyportosystem für England Bahn gebrochen hatte und die Vereinfachung der seitherigen Frankierungsmethoden aus vielen Gründen zur Notwendigkeit wurde. Durch Konkurrenzausschreiben von Postwertzeichenproben kamen mehr als 2000 Modelle zur Vorlage, von denen die Couvertproben von William Mulready und die Markenproben von Lord Lonsdale angenommen wurden. Erstere traten am 27. April, letztere am 13. Mai 1840 in Kurs und beide bilden den Anfang einer Frankierungsreform, die bald auch von anderen Staaten eingeführt wurde.

Für den Erfinder der Briefmarke gilt allgemein der Engländer Sir Rowland Hill. Am 3. Dezember 1795 in Kidderminster in der englischen Grafschaft Worcester geboren, früh der Mechanik und der Physik zugethan, trat er als Lehrer in seines Vaters Stelle, gab das Lehramt 1833 auf, errichtete 1834 die südaustralischen Kolonien und gab als Schriftführer der Society for the diffusion of useful knowledge 1837 bei Charles Knight in London die epochemachende Flugschrift heraus: „Post office reform, its importance and practicability“ und wurde dadurch der Urheber der Pennyposttage (Berechnung nach dem Gewicht, nicht nach der Bogenzahl, Festsetzung eines einheitlichen Tarifes, den der Absender zu zahlen hat). Hill wurde 1846 Sekretär, 1856 Generalpostmeister und trat 1860 als Kommandeur des Bath-Ordens in den Ruhestand. Er starb am 27. August 1879 in London. Denkmäler errichtete man ihm in Kidderminster und in London.

Seit dem Jahre 1894 versuchte nun aber Patrick Chalmers die Ehre der Erfindung der aufklebbaren

Frankierungszeichen für seinen verstorbenen Vater, den Buchhändler James Chalmers in Dundee, in Anspruch zu nehmen.

Während nämlich eine vom Parlament eingesetzte Kommission die Hillschen Vorschläge (Einführung gestempelter Couverts oder gestempelter Bogen Papier oder Streifbänder mit Wertstempel) einer Prüfung unterzog, trat James Chalmers mit dem Projekt der aufklebbaren Frankierungszeichen hervor, von denen er schon 1834 im Kreise seiner Freunde Muster zur Begutachtung vorgelegt hatte. Er reichte bei der Kommission des Parlaments eine gedruckte Denkschrift ein, welcher er Proben der aufklebbaren Marken beifügte und betonte, wie notwendig die Annahme derselben sei, wenn das neue Portosystem durchgeführt werden sollte, und daß aufklebbare Frankierungszeichen zweckmäßiger und billiger seien als gestempelte Couverts. Das Original einer solchen „Adhesive Postage Stamp“ ist im Besitz der Firma H. G. Hanson in Cardiff.

Im Jahre 1839 wurde Chalmers Projekt zugleich mit dem Hillschen vom Parlament angenommen. Es handelte sich aber noch um die Ausstattung der Briefmarke. Infolge eines Konkurrenzschreibens von Effais wurden etwa 2000 Muster eingereicht, wovon die Proben der Mulreadycouverts, wie oben bemerkt, angenommen wurden. Später wurden die Marken den Münzen nachgebildet und zeigten den Kopf der Königin.

Die älteste Briefmarke ist nun die schwarze 1 Pennymarke von Großbritannien aus dem Jahre 1840, die am 6. Mai 1840 zum erstenmal ausgegeben wurde und noch heute zur Verwendung gelangen darf.



Dieser in England ausgegebenen Marke folgten sonderbarerweise nicht sofort die übrigen Länder Europas, sondern 1842 erst die Lokalmarken von New York. Im nächsten Jahre (1843) folgten Brasilien, die Kantone Genf und Zürich, 1845 Basel, 1846 Baltimore, 1847 Mauritius und die Vereinigten Staaten von Nordamerika; 1848 Rußland, nachdem Finnland ihm vorangegangen war, 1849 folgten Frankreich, Belgien und Bayern als der erste von den deutschen Staaten, welche die Briefmarken einführten. 1850 folgten Hannover, Oesterreich, Preußen, Sachsen, Schleswig-Holstein, auch Spanien, 1851 Baden, Württemberg und Oldenburg, 1856 Mecklenburg-Schwerin und nach langer Pause dämmerte es im Osten, in der Türkei 1863, und endlich machte 1864 Mecklenburg-Strelitz den Beschluß.

Für das Herz Deutschlands ist gerade die Mitte des 19. Jahrhunderts der Wendepunkt für die neue Bewegung.

Nächst der Briefmarke hat sich seit einem Menschenalter die Postkarte die Gunst des Publikums im Sturmschritt erworben. Dem Generalpostmeister des Deutschen Reiches, Staatssekretär Dr. Heinrich v. Stephan (geb. 1831 zu Stolp, gest. 8. April 1897) ist die Erfindung der Postkarte zuzuschreiben, welcher schon im Oktober 1865 beim fünften deutschen Postkongreß in Karlsruhe eine Denkschrift eingereicht hatte, worin er für die Einführung eines „Postblattes“ für offene Mitteilungen eintrat, die aber abgelehnt wurde.

Mit der praktischen Einführung einer Postkarte war allerdings Oesterreich schon seit 1. Oktober 1869 vorgegangen auf Anregung von Dr. Emanuel Herrmann, (geb. 14. Juni 1839 zu Klagenfurt in Kärnten, 1871 Professor der Wiener Handelsakademie, 1872 Sektionsrat für gewerblichen Unterricht, 1874 Ministerialrat für gewerbliches Fachschulwesen), während Deutschland erst am 25. Juni 1870 diesem Beispiele folgte.

post. 1/2 gdw. Abg. 28 June 1871 Nr. 1/2 907.
Norddeutsches Postgebiet.
Correspondenz-Karte.

214

Stammheim
 Obertha Kreis
 Kreis

Jugendklubhaus

Bestimmungsort:

Mr. Meyer i. Station
 König-Max-Str. 12
 München

München bei Engelhorn, wenn Sie
 mit diesem aufgegeben werden kann.



Zur gefälligen Beachtung beim Gebrauch der Correspondenz-Karte.

- 1) Remittenz, welche mit der Ummantelung nicht geliefert wird, können bei allen
 Postanstalten in Empfang genommen werden und von Postreceptivgen bezogen werden; für
 jede Remittenz wird eine kleine Probezeit gegeben.
- 2) Die jeder Karte bei der Ummantelung mitgelieferten Aufkleber sind
 zu benutzen. Die Ummantelung kann in allen Postämtern, Postbüros und bei
 allen Poststationen gegen eine kleine Remittenz, sowie auch bei den
 Postämtern, Postbüros oder Poststationen der Ummantelung für Remittenz.
- 3) Die Ummantelung der Karte ist bei allen Postämtern, Postbüros und bei den
 Poststationen gegen eine kleine Remittenz, sowie auch bei den
 Postämtern, Postbüros oder Poststationen der Ummantelung für Remittenz.
- 4) Die Ummantelung der Karte ist bei allen Postämtern, Postbüros und bei den
 Poststationen gegen eine kleine Remittenz, sowie auch bei den
 Postämtern, Postbüros oder Poststationen der Ummantelung für Remittenz.
- 5) Die Ummantelung der Karte ist bei allen Postämtern, Postbüros und bei den
 Poststationen gegen eine kleine Remittenz, sowie auch bei den
 Postämtern, Postbüros oder Poststationen der Ummantelung für Remittenz.
- 6) Die Ummantelung der Karte ist bei allen Postämtern, Postbüros und bei den
 Poststationen gegen eine kleine Remittenz, sowie auch bei den
 Postämtern, Postbüros oder Poststationen der Ummantelung für Remittenz.



Aber die Postkarte trat nun ihren Siegeslauf an und man darf behaupten, daß die Postkarte in dem Kriege gegen Frankreich 1870/71 sich die ersten Lorbeern errungen und unvergänglichen Ruhm geerntet hat. Wer von den Mitkämpfern entsinnt sich nicht der „Feldpost-Correspondenzkarten“, die einen wesentlichen Anteil an der Kriegsgeschichte haben.

Die Feldpostkarten des Norddeutschen Bundes fanden auch Verwendung für die Korrespondenz mit und von den Truppen der Occupationsarmee in Frankreich.

Für den Kriegsfall wurde später eine weißgelbe „Feldpostkarte der deutschen Reichspost“ gedruckt, die 1882 bekannt wurde, aber an das Publikum noch nicht zur Ausgabe gelangte, da ja glücklicherweise ein solcher nicht eingetreten ist.

Abschnitt II.

Die technische Herstellung der Postwertzeichen.

Beim Sammeln der Postwertzeichen begegnet man einer ganzen Reihe neuer Gesichtspunkte und Beziehungen zu anderen Gebieten menschlichen Wissens und menschlicher Thätigkeit, Beziehungen, von deren Vorhandensein man vor zwei bis drei Jahrzehnten noch nicht die entfernteste Ahnung hatte. Die Hilfsmittel, die seiner Zeit genügten, um kleine Mengen von Postwertzeichen schnell und in brauchbarer Verfassung, sicher vor Fälschungen und in ausreichender Güte herzustellen, würden sich bei dem heute ungeheuer angewachsenen Material, bei dem gewaltigen Verbrauch, bei der Raffinirtheit der Fälschungen und Nachahmungen als vollständig unzureichend erweisen. Alle Hilfsmittel der Technik, der Chemie und der Physik müssen hinzugezogen werden, um eine Briefmarke, den Anforderungen der Zeit entsprechend, herzustellen.

Der Herstellung der Briefmarke ist bisher von der Allgemeinheit der Briefmarkensammler keineswegs die verdiente Aufmerksamkeit geschenkt worden. Erst etwa im letzten Jahrzehnt hat man eingesehen, daß ein ernstes Sammeln ohne die Kenntniss der Herstellungsart der Postwertzeichen zur Unmöglichkeit wird. Die Unterscheidung der Emissionen, wie der Fälschungen ist ohne diese Kenntniss geradezu ausgeschlossen.

Einem ernstern Sammler darf es nicht genügen zu wissen, daß zur Herstellung der Marken Stahlstich, Buchdruck, Lithographie oder ein anderes Verfahren angewendet worden und daß diese oder jene Marke laut einer Katalog- oder Handbuchbemerkung auf eine der genannten Arten hergestellt ist, sondern er muß es jeder vorliegenden Marke sofort ansehen, welches Verfahren zu ihrer Herstellung benützt wurde, ebenso leicht, wie er ihr ansieht, welche Farbe sie hat. Weil man nun aber bei den meisten Sammlern keine technischen Kenntnisse voraussetzen darf, scheint dies ziemlich schwer; jedoch kann man ruhig behaupten, daß das Erkennen der Herstellungsart bei einiger Übung fast leichter ist, als das Erkennen der Farben, die selten rein vorkommen, sich bei genauerem Zusehen in nahezu 150 Varietäten gliedern und von den drei Grundfarben Rot, Gelb, Blau aus bekanntlich zahllosen Mischungen unterliegen. Derartig gleichzeitige, gemischte Verfahren bei der Herstellung der Briefmarken sind gar nicht denkbar, abgesehen von der nachträglichen Einprägung eines Reliefs in einen anderen Druck und von der Anwendung zweier Verfahren nacheinander.

Die Übung im Erkennen der Herstellungsarten würde am leichtesten dadurch erzielt werden, daß im Album oder im Handbuch bei jeder Marke die angewandte Methode angegeben werde und der Anfänger auf Grund oftmaliger Vergleichung beim Durchblättern zu der Wahrnehmung gelange, welches die charakteristischen Merkmale der Herstellungsarten, die Unterschiede und Ähnlichkeiten sind. Solche Wahrnehmungen gewinnen mit der Zeit dermaßen an Intensität, daß Irrtümer allmählich gänzlich fortfallen.

Die verschiedenen Herstellungsmethoden, die durch charakteristische Beispiele erläutert werden sollen, sind folgende:

Sämtliche Druckverfahren zerfallen in zwei große, streng getrennte Gruppen:

- a) Druck mittels Tiefdruckplatten,
- b) Druck mittels Hochdruckplatten.

Der Unterschied ist leicht klar gemacht. Beim Tiefdruck sind sämtliche Stellen der Platte, die nachher farbig werden sollen, vertieft; die Druckfarbe wird in die Vertiefungen mit Ballen oder Lappen eingerieben, während die sonstige Platte tadellos rein und sauber bleibt, und hierauf gedruckt. Beim Hochdruck dagegen sind es gerade die farbigen Stellen, welche auf der Platte erhaben sind, die einzig und allein die Farbe erhalten und sich abdrucken.

1. Zu dem Tiefdruckverfahren gehören der Kupferstich und der Stahlstich. Bei beiden wird die Zeichnung von dem Graveur mit dem Grabstichel in die spiegelglatt geschliffene und polierte Platte eingraviert. Bei jedem einzelnen Abdruck wird die Platte von neuem eingefärbt und die glatte Oberfläche mit einem feuchten Wolllappen abgerieben, falls auf der Handpresse der Abdruck erfolgt. Geschieht der Druck auf der Schnellpresse, wie beim Stahlstich, so besorgt die Maschine das Abreiben.

Der Kupferdruck wird nur wenig angewendet, da die Kupferplatten eine weit geringere Haltbarkeit besitzen. Beispiele dafür sind Brasilien, die beiden älteren Emissionen, und Preußen 1850. Kupferplatten halten höchstens bis zu 1000 Stück aus, dann verliert die Schärfe der Zeichnung wesentlich, die Platte wird stumpf, wie der technische Ausdruck lautet, und muß durch eine neue ersetzt werden.

Um diesem Uebelstande abzuhelpfen, erfand der Engländer Heath im Jahre 1820 den Stahlstich, der 1824 durch den Galeriedirektor Frommel in Karlsruhe nach Deutschland gebracht wurde und sich schnell einbürgerte.

Hier wird auf fein polierten Eisenplättchen gestochen, und diese Platten werden zu Stahl gehärtet. Von einer Stahlplatte lassen sich etwa 15 000 Abzüge herstellen, ohne daß die Schärfe der Zeichnung merklich leidet.

Die Originalgravierung einer Marke wird nur einmal gemacht und dann mittels eines sinnreichen Prozesses in der Weise vervielfältigt, daß die verschiedenen Marken eines und desselben Bogens (bei Helgoland $2\frac{1}{2}$ Farthing = 3 Pfennig sind es 10 Stück, bei Thurn und Taxis 120 Stück, sonst meist 100 Stück) nicht die geringste Abweichung voneinander zeigen.

Da die Stahlstempel äußerst widerstandsfähig sind, so darf man bei den Marken desselben Bogens keine Exemplare finden, die durch Abnutzung etwa unreiner gedruckt sind. Im Gegenteil zeichnen sich die Marken durch äußerste Schärfe der Zeichnungen aus, alle Linien und Schraffierungen sind rein und gleichmäßig, und der Farbenton erfreut durch seine Weichheit.

Beispiele für Stahlstiche sind die amerikanischen Marken und die meisten Marken der englischen Kolonien. Besonders die ersten sind wahre Kunstwerke. Die größte technische Vollendung zeigen die Marken der Vereinigten Staaten von Nordamerika und derjenigen südamerikanischen Staaten, die sich ihre Postwertzeichen von einer der amerikanischen Banknoten-Compagnien anfertigen lassen. Zu den schönsten Marken aller Völker und Zeiten gehören die zur 400jährigen Feier der Entdeckung Amerikas durch Christoph Kolumbus am 1. Januar 1893 in Nordamerika ausgegebenen sogenannten Kolumbusmarken, die in 16 Werten erschienen, von denen die meisten berühmten Gemälden nachgebildet sind. (S. Seite 24 bis 26.)

Den größten Fortschritt bezeichnet jedoch das seit 1840 geübte Verfahren, Kupferplatten zu verstählen, d. h. eine Originalkupferplatte mittels eines galvanischen

Die Kolumbus-Jubiläumsmarken der Vereinigten Staaten von Nordamerika des Jahres 1893.

Angefertigt von der American Bank Note Company.



1 Cent dunkelblau

Kolumbus im Angesicht des Landes
(nach William S. Powell).



2 Cent braunviolett

Landung des Kolumbus
(nach Vanderlyn)
im Rundbau des Kapitols zu
Washington.



3 Cent dunkelgrün

Flaggenschiff „Santa Maria“ des
Kolumbus
(nach einem spanischen Stich).



4 Cent dunkelblau

Flotte des Kolumbus
„Santa Maria“, „Pinta“, „Nina“
(nach einem spanischen Stich).



5 Cent® schokoladenbraun

Kolumbus, Isabella um Hilfe bittend
(nach Brozil im New Yorker
Metropolitan-Museum).



6 Cent® hochviolett

Kolumbus' Empfang in Barcelona
(nach Randolph Rogers' Tafel der
Erzhilfen im Kapitol zu Washington).



8 Cent® rotviolett

Kolumbus wird in Gnaden wieder
aufgenommen.



10 Cent® schwarzbraun

Kolumbus, Eingeborene vorstellend
(nach Luigi Gregori in der Univ. Notre
Dame zu South Bend in Indiana).



15 Cent® dunkelgrün

Kolumbus seine Entdeckung
verkündend
(nach R. Baloca in Madrid).



30 Cent® rötlichbraun

Kolumbus in La Rabida
(nach R. Majo).



50 Cent's schwarzblau

Abberufung des Kolumbus
(nach H. G. Heaton im Capitol zu
Washington).



1 Dollar ziegelrot

Isabella, ihre Juwelen verpfändend
(nach Munoz Degrain in Madrid).



2 Dollars braunrot

Kolumbus in Ketten
(nach Lenke
in Providence Rhode Island).



3 Dollars gelbgrün

Kolumbus, seine 3. Reise beschreibend
(nach Francisco Jover).



4 Dollars karmin

Porträts von Kolumbus und Isabella
(v. Lotto in Madrid).



5 Dollars schwarz

Medaillonbüste des Kolumbus
(zwischen den Allegorien der Amerika
und der Freiheit).

Bades mit einem dünnen Stahlhäutchen zu überziehen beziehungsweise die Oberfläche der Kupferplatte in Stahl zu verwandeln. Dieses Verfahren hat noch überdies den Vorteil, daß man die Prozedur des Verstählens an einer und derselben Platte einigemal anwenden kann, sobald dieselbe durch eine größere Anzahl von Drucken stumpf geworden ist.

Nicht unerwähnt darf bleiben, daß, um bei der Originalgravierung die größte Genauigkeit zu erzielen, Ornamente, die sich wiederholen, mit Hilfe von Maschinen, die auf dem Prinzip des Storchschnabels beruhen, ausgeführt werden. Solche Maschinen werden auch benützt, um nach einer vergrößerten Zeichnung die Platte genau zu gravieren und das Bild zu verkleinern. Man nennt eine solche Vorrichtung auch Pantograph.

Ferner gibt es Apparate zum Ziehen von geraden und regelmäßig gekrümmten Linien. Die Guillochiermaschinen werden zur Einzeichnung komplizierter Kurven, Rosetten und ähnlicher Ornamente in den Originalstempel benützt. Wer hat nicht schon bei den drei amerikanischen großen Zeitungsmarken von 1866 (5 Cents blau, 10 Cents grün, 25 Cents rot) die Regelmäßigkeit der verschlungenen Kurven bewundert, die den Ring um das Porträt bilden? Solche Maschinen sind natürlich sehr teuer, wie überhaupt der Kupfer- und Stahlstich die teuersten Verfahren zur Herstellung der Marken sind.

Was die Schnelligkeit der Herstellung betrifft, so liefert ein Kupferdrucker auf der Handpresse täglich etwa 200 saubere Drucke, weil nach jedem Druck neu gewaschen, gepußt und gefärbt werden muß, während die Schnellpresse bis zu 3000 Abdrücken in der gleichen Zeit liefert. Bei dem Massenverbrauch von Marken in der Neuzeit ist das Kupferdruckverfahren mittels Handpresse für die Herstellung unmöglich geworden.

2. Bei den Hochdruckmethoden kommt in erster Linie der Holzschnitt in Betracht. Die Technik des Schneidens in hartem Buchsbaumholz durch Xylographen ist bekannt. Der Holzschnitt ist von jeher und besonders seit dem 15. Jahrhundert in Deutschland geübt worden. Die großen Meister in Del und Farbe auf Leinwand waren auch Meister der Schwarzkunst mit Nadel und Grabstichel: so Albrecht Dürer u. a., auch Dan. Nik. Chodowiecki von neueren Meistern (gest. 1801 in Berlin).

Im allgemeinen braucht auch hier nur ein Originalstock vorhanden zu sein, der dann auf galvanischem Wege 100mal vervielfältigt wird. Hierbei ist selbstverständlich ebenfalls eine Uebereinstimmung sämtlicher 100 Exemplare eines Bogens zu erzielen. Anders ist es, wenn mehrere Stöcke angefertigt werden, wie z. B. bei den Marken der Republik Corrientes, wo acht einzelne Holzstöcke sämtlich einige geringfügige Unterschiede aufweisen.

Vielsach wird auch der Originalstempel nicht in Holz, sondern in Metall geschnitten und dann in derselben Weise durch Galvanos vervielfältigt, wie es z. B. mit den Marken des Deutschen Reiches geschehen ist. Daß dies einen durchgreifenden Unterschied für den Druck nicht ausmacht, liegt auf der Hand; nichtsdestoweniger haben einige namhafte Philatelisten den betreffenden Marken die Bezeichnung „Stahlstich“-Druck beigelegt, wie z. B. der in Paris angefertigten ersten Emission der Griechenlandmarken. Die Marken sind mit erhabenem Stempel gedruckt, also ist der Name falsch. Auch wird jeder, der sich den Blick an einer Reihe von Stahlstichen geschärft hat, den Unterschied gegen die erste Emission der griechischen Marken deutlich erkennen.

Was nun die Unterscheidungsmerkmale des Holzschnittes vom Stahl- und Kupferstich anbetrifft, so ist vor allem zu bemerken, daß beim Holzschnitt die Fein-

heit in der Ausführung der genannten Methoden wohl nie erreicht wird, weil erstlich nur von nachgebildeten Galvanos und nur in der Buchdruckmaschine gedruckt wird, die nie die ungemein große Sorgfalt der Handarbeit erzielen kann und weil die Platte stark abgenützt wird. Die ersten Probeabzüge freilich, die unmittelbar vom Holzstock auf chinesischem Papier abgezogen werden, können den Stahlstichen sehr ähnlich sehen (z. B. Luxemburgmarken der Ausgabe 1882 sind in Holzschnitt in Düsseldorf vorzüglich ausgeführt).

Ob noch andere Hochdruckverfahren zur Herstellung von Marken angewendet werden, ist uns nicht bekannt. Als gemeinsame Bezeichnung für die Herstellung durch Holzschnitt und durch Metallgravierungen dürfte sich die Bezeichnung „Buchdruck“ empfehlen.

An dieser Stelle ist sodann des Reliefdrucks Erwähnung zu thun, der entweder allein oder in Verbindung mit Buchdruck vorkommt. Derselbe wird mittelst zweier Metallstempel hergestellt, da beide dieselbe Zeichnung haben, der eine erhaben, der andere vertieft, und die genau ineinanderpassen. Der erhabene, untere Stempel ist fest, auf denselben wird das Papier gelegt und sodann der obere Stempel aufgedrückt. Das geschieht in der Prägepresse. Ist der obere Stempel nicht gefärbt, so bleibt der Reliefdruck farblos, wie der Adler in den ersten Emissionen der Deutschen Reichsmarken. Ist er eingefärbt, so entsteht der farbige Reliefdruck, der bei den deutschen Couverts der ersten Emissionen in Anwendung gebracht ist. Der farbige Druck der deutschen Marken ist keine Prägung, sondern Buchdruck; beide Manipulationen finden getrennt statt. Das nähere Kennzeichen des Reliefdrucks ist die Erhabenheit, die beim Berühren mit den Fingerspitzen selbst dann noch bemerkbar ist, wenn die Marke gestempelt ist oder durch den Gebrauch gelitten hat.

Ferner ist der sehr selten und mehr bei Ganzsachen angewandte primitive Handstempel zu erwähnen. Hierzu wird ein Metallstempel verwendet und derselbe mit der Hand abgedruckt, wie ein Entwertungstempel, (Britisch-Guinea erste Emission, Parma, Schweden 1857/58). Die Ausführung kann ganz ver-



schieden sein, aber man wird den Handstempel doch stets erkennen. Infolge des niemals genau abzumessenden Druckes wird die Zeichnung immer einzelne Stellen aufweisen, die sich nicht so gut und deutlich abgedruckt haben. Einen solchen schwarzen Handstempel hatte das „Stadt-

postamt Bremen“ seit dem 1. Januar 1857 für Stadtpostcouverts in Verwendung. Ausschnitte solcher Stadtpostcouverts kommen sehr viel gefälscht vor.



Einzig standen die mittels Gummistempels angefertigten Marken der neuen Republik „Transvaal“ in Südafrika da. Jedermann kennt den überall grassierenden Gummistempel und seine elenden Abdrücke. Transvaal hatte diese vor 1870 in Verwendung.

Schließlich nennen wir die Lithographie, die bezüglich ihrer Technik von den erwähnten Verfahren wesentlich abweicht. Die Lithographie, von Senefelder 1806 in München erfunden, ist die Kunst, in Stein zu gravieren und mittels Farbe davon zu drucken. Das Material ist Soln-

hofer Kalkstein von gelber, grauer oder graublauer Färbung; je dunkler die Masse, desto härter und brauch-

barer ist der Stein. Wenn auch die Originalzeichnung in den Stein graviert wird, so ist es doch nicht die Art und Weise des Stahlstiches, die dann in Wirksamkeit tritt. Vielmehr wird hier die Platte so präpariert, daß sie keine Farbe annimmt, die vertieften Stellen nehmen dann allein dieselbe an. Zur Vervielfältigung der Zeichnung werden dann Abzüge in fetter Farbe auf präpariertes Papier gemacht und diese wiederum durch Druck auf einen Stein übertragen, und zwar so oft nebeneinander, als Marken auf den Bogen kommen sollen. Bei nachherigem Präparieren der Platte mit einer Asphaltlösung verhalten sich die mit der Farbe versehenen Stellen wie gravierte, d. h. sie nehmen allein Druckfarbe an. Die Lithographie trägt ein charakteristisches Gepräge, das sich noch vom verwischtesten Buchdruck meist unterscheiden läßt. Indes ist es schwierig, dies zu beschreiben, wir führen daher lieber einige besonders auffällige Beispiele an. Gerade eine Gegenüberstellung der beiden Methoden (Stahlstich und Lithographie) bieten uns mehrere Länder, wie Ungarn in seinen ersten beiden Emissionen 1871 und 1872, wie Venezuela, das die wunderschönen Stahlstiche von 1882 durch Lithographien 1887 in gleicher Weise ersetzt hat (Lokaldruck). Bei Ungarn ist die Ausführung noch verhältnismäßig sehr gut; dieselbe kann aber auch zur schlechtesten herabsinken, wie einige Marken der Columbiastaaten und verschiedener indischer und zentralasiatischer Staaten beweisen. Durchweg zeigen sich die Linien der lithographisch hergestellten Marken bei Anwendung eines Vergrößerungsglases unrein.

Bei allen erwähnten Herstellungsarten der Briefmarken kann der zweifarbige Druck angewendet werden; er erfordert dann nur stets zwei Druckplatten statt einer, und es werden die beiden Farben nacheinander gedruckt z. B. wird der Name der 17 fran-

zösischen Kolonien (Nossi-Bé, Diego Suarez, Réunion, Soudan français, Golfe de Bénin, Cote d'ivoire, Guyane, Indo-Chine, Congo français, Et. de l'Océanie etc.) blau oder rot eingedruckt.



Der Druck der Ganzsachen (Postkarten, Kartenbriefe) bedarf keiner eingehenderen Erläuterung. Alle genannten Methoden werden hierbei angewendet; nur findet häufiger eine Verbindung zweier Methoden statt, so daß z. B. die Marke farbig eingepreßt wird, während der Text der Postkarte durch einfachen Buchdruck hergestellt wird, oder es wird auf ein durch Buchdruck hergestelltes Exemplar die Marke durch Handstempel aufgedruckt. Meist findet sich aber der ganze Druck auf ein und dieselbe Art ausgeführt. Die türkischen Karten sind lithographiert, die ägyptischen Buchdruck, die kanadischen Stahlstich.

Die Fabrikation der Briefumschläge gehört in das Gebiet der Papierindustrie. Der Gebrauch der offiziellen Couverts ist in stetiger Abnahme begriffen trotz des riesenhaften Verkehrsaufschwunges, von 22 auf $7\frac{1}{2}$ Millionen. Die Gunst des Publikums wandte sich den bequemeren und billigeren Erzeugnissen der Privatindustrie zu. Im deutschen Reichspostbezirk hörten die offiziellen Couverts im Jahre 1896 auf.

Die Herstellung der Postkarten z. B. in Deutschland hat ganz riesige Dimensionen angenommen. Die Kartenbogen werden aus den Vorratskammern herbeigeholt und gezählt, wandern in die Presse, die in einigen Sekunden erst den Wertstempel (früher 5 Pfennig lila, jetzt 5 Pfennig grün, oder bei Weltpostkarten rosa 10 Pfennig zugleich mit dem rosa Rand) aufdruckt, dann unmittelbar darauf den Textdruck (die Schrift) anbringt und je



25 Postkarten auf einen mechanischen Ableger hinreicht. Die fertigen Kartenbogen werden je 100 (mit 2500 Stück) abgezählt und erst horizontal, dann vertikal zerschnitten. Die Verpackung erfolgt ebenfalls je 100, später in größeren Würfeln, die dann in die Lagerräume wandern, von wo aus sie von der Reichsdruckerei den Oberpostdirektionsbezirken zugestellt werden.

Die Herstellung der Streifbänder war ähnlich. Dieselbe ist in Deutschland schon seit mehreren Jahren aufgegeben worden.

Der Kartenbrief, der in Deutschland nach langem Warten eingeführt wurde, fristet nur ein klägliches Dasein und erfreut sich durchaus nicht der Gunst des Publikums.

Die deutsche Reichspost bediente sich des modernsten und bereits weit verbreiteten Korrespondenzmittels, des

am 17. Januar 1872 von dem Ungar Dr. Karl Ufim (oder seinem Bruder Ludwig) erfundenen „Kartenbriefes“ nur vorübergehend. Ufim, Mitglied der ungarischen Akademie der Wissenschaften, verband in seinem „Couvert-

Briefpapier“ mit der einfachen Form der Postkarte den Schutz des Briefgeheimnisses.

Solche Kartenbriefe führten Frankreich 1879, dann Belgien 1882 ein.

Die weiteren Manipulationen,

die mit der Herstellung der Postwertzeichen verbunden sind, das Perforieren, Gummieren, das Sichern gegen Fälschungen durch Wasserzeichen und Untergrund im Papier, die Wertveränderungen durch Ausdruck der neuen Währung u. a., behandeln wir an anderer Stelle.



1806. Colima, Geldbriefversicherungsschein (90 Centes).



Abschnitt III.

Unterscheidungsmerkmale der Postwertzeichen.

Wie der Münzsammler nicht nur die Münzen des Altertums, des Mittelalters und der Neuzeit oder Gold-, Silber-, Kupfer- und Nickelmünzen unterscheidet, sondern auch die Währungsverhältnisse beachten muß, — wie der Kupferstichsammler nicht nur die Erzeugnisse der einzelnen Meister voneinander trennt, sondern auch die Abdrucksgattungen (avant la lettre u. s. w.) berücksichtigt, so gibt es auch beim Sammeln der Postwertzeichen eine Fülle von Merkmalen, die ein ernster Sammler kennen muß, falls er nicht für unwissend gelten oder an seinem Geldbeutel Schaden erleiden will.

Erst im Laufe der Jahrzehnte ist man dazu gelangt, auf alle diese Unterschiede zu achten. Sorglos schnitt die sammelnde Jugend früher den Marken die „Zähne“ (die Perforierung und sonstige Umrandung) ab, unbekümmert um die Emissionskennzeichen schnitt der Sammler vorsichtig die runden, ovalen und achteckigen Wertstempel aus den Briefumschlägen heraus, so daß der Ueberdruck verloren ging; auf Format, Papierforten und Farbensnuancen achteten nur Geheimisrämer, von denen man glaubte, sie wollten das Gras wachsen hören; von

Kontroll- und Stecherzeichen wußte man nichts, bevor raffinierte Fälscher sich auch dieser Dinge bemächtigt hatten und in dem „Katalog der Markensammlung des Reichspostmuseums“ (Berlin 1888) ist noch geflissent-lich unterlassen worden, den Wasserzeichen, den Provisorien, den Aufdruckmarken, den Typenverschiedenheiten, den Farbenunterschieden besondere Aufmerksamkeit zu schenken.

Zu den hauptsächlichsten Merkmalen der Briefmarken — von den Ganzsachen sprechen wir an anderer Stelle — gehören etwa folgende:

- | | |
|-------------------|---------------------|
| a) Format, | i) Kontrollzeichen, |
| b) Papier, | k) Stecherzeichen, |
| c) Umrandung, | l) Gummierung, |
| d) Wasserzeichen, | m) Gaufrage, |
| e) Farbe, | n) Untergrund, |
| f) Schriftarten, | o) Ueberdruck, |
| g) Sprache, | p) Aufdruck. |
| h) Wertangabe, | |

a) Das Format.

Das Durchschnittsformat der aufklebbaren Briefmarke ist seit den Zeiten der Entstehung bis auf den heutigen Tag 20 bis 24 mm Länge und 22 bis 26 mm Breite. In der Neuzeit hat man den hochwertigen Marken ein größeres Format auch in Deutschland gegeben. Die 1, 2, 3, 5 Mark-Werte, die seit 1900 eingeführt sind, haben das Format 38 : 25 mm. Die deutsche Marke im Germaniatypus ist übrigens größer, als die frühere im Adler- oder Zifferntypus.

Die meisten Marken sind viereckig. Das Viereck ist meist ein Quadrat oder ein hochstehendes oder liegendes Rechteck.

Dreieckig sind die ersten Marken vom Kap der guten Hoffnung, die 3 Pence-Marke 1857 von Newfoundland, die beiden 2½ Centsmarken der Vereinigten



Die Eröffnung des Reichstages durch den deutschen Kaiser Wilhelm II.



Denkmal Kaiser Wilhelm I. in Berlin.



Creubund zwischen Nord und Süd.

Die deutschen Reichspostmarken zu 5, 3 und 2 Mark vom Jahre 1900.

Kontroll- und Stecherzeichen mußte man nicht, bevor raffinierte Fälscher sich auch dieser Dinge bemächtigt hatten und in dem „Katalog der Markensammlung des Reichspostmuseums“ (Berlin 1888) ist noch geslistentlich unterlassen worden, den Wasserzeichen, den Provisorien, den Aufdruckmarken, den Typenverschiedenheiten, den Farbenunterschieden besondere Aufmerksamkeit zu schenken.

Zu den hauptsächlichsten Merkmalen der Briefmarken — von den Ganzsachen sprechen wir an anderer Stelle — gehören etwa folgende:

- | | |
|-------------------|---------------------|
| a) Format, | i) Kontrollzeichen, |
| b) Papier, | k) Stecherzeichen, |
| c) Umrandung, | l) Gummierung, |
| d) Wasserzeichen, | m) Gaufrage, |
| e) Farbe, | n) Untergrund, |
| f) Schriftarten, | o) Ueberdruck, |
| g) Sprache, | p) Aufdruck. |
| h) Wertangabe, | |

a) Das Format.

Das Durchschnittsformat der aufklebbaren Briefmarke ist seit den Zeiten der Entstehung bis auf den heutigen Tag 20 bis 24 mm Länge und 22 bis 26 mm Breite. In der Neuzeit hat man den hochwertigen Marken ein größeres Format auch in Deutschland gegeben. Die 1, 2, 3, 5 Mark-Werte, die seit 1900 eingeführt sind, haben das Format 38 : 25 mm. Die deutsche Marke im Germaniatypus ist übrigens größer, als die frühere im Adler- oder Zifferntypus.

Die meisten Marken sind viereckig. Das Viereck ist meist ein Quadrat oder ein hochstehendes oder liegendes Rechteck.

Dreieckig sind die ersten Marken vom Kap der guten Hoffnung, die 3 Pence-Marke 1857 von Neufundland, die beiden 2½ Centsmarken der Vereinigten



Die Eröffnung des Reichstages durch den deutschen Kaiser Wilhelm II.



Denkmal Kaiser Wilhelm I. in Berlin.



Creubund zwischen Nord und Süd.

Die deutschen Reichspostmarken zu 5, 3 und 2 Mark vom Jahre 1900.



1897. Bolivia.
Linares
und Murillo.



1897. Bolivia.
Ballivian
und Sucre.



Grossformatige Marken.



Grossformatige Marken.



1898. Persien (1 Krän).
Schah Muzaffer-Eddin.



1898. Cochinchine (1 Puttan).



1898. Haïti (3 Centimes).
Präsident von Haïti.



1899. Kreta (10 Paras).



1894. Somalilande (Djibouti mit Obok) i. L. Landschaft.

Grossformatige Marken.

Staaten von Columbia 1865 und 1869 (Geldbriefmarken), neuerdings die Freimarken für die Kamelpost in der französischen Kolonie Obock, 2 und 5 Frank's von 1893 u. a.

Die kleinsten Marken sind die $\frac{1}{4}$ Schillingmarken von Mecklenburg-Schwerin 1864, die $\frac{1}{4}$ G.-Groschenmarke von Braunschweig 1857 und die zwei Marken der ersten Emissionen von Bolivar (12 qmm) 10 Cents grün, 1 Peso rosa von 1863 und 10 Cents rosa von 1866.



Die größten Marken sind die drei Zeitungsmarken der Vereinigten Staaten von Nordamerika 1866 (55 × 100 mm); außerdem haben neuerdings die höheren Werte von Peru außergewöhnlich hohe Formate angenommen (Jubiläumsausgabe 1895 20 Cents, 50 Cents und 1 Sol).

Großformate sind als Jubiläumsausgabe zur Feier des Wahlsieges vom 6. März 1845 in Ecuador 1895 ausgegeben, und zwar 1 und 5 und 20 Cents und 1 Sucre in einem Typus, 2 und 10 und 50 Cents in einem anderen Typus.



Formatunterschiede bei Briefumschlägen und Streifbändern sind ganz erheblich: Thurn und Taxis gab Briefumschläge im Damenformat (148×65 statt 148×84) aus, die Vereinigten Staaten von Nordamerika liefern Postkarten im Damenformat; dagegen haben die Couverts der Vereinigten Staaten die größten Formate*), ebenso die ältesten Postkarten von Württemberg. Sehr winzige Streifbänder haben Bayern und die Schweiz aufzuweisen.

b) Das Papier.

Der Stoff, aus dem sämtliche Postwertzeichen hergestellt werden, ist Papier. Die verschiedensten Papierforten sind hier vertreten, vom dünnsten Seiden- und Bastpapier bis zum stärksten Karton. Man nennt die Philatelie eine „papierne Numismatik“, und bei der Vergänglichkeit dieses Stoffes ist die Möglichkeit ausgeschlossen, daß die Briefmarken auch nur annähernd die Spanne Zeit überdauern, wie die Metallmünzen. Infolgedessen werden die Briefmarken wohl nie als Zeugen**) einer langdauernden Kulturepoche in Verwendung kommen, selbst wenn man dieses Papier durch Lack, Firnis oder Imprägnierung irgend welcher Art vor dem Verfall vorübergehend sichern wollte und könnte. Es ist ja bekannt, daß Holzfaserpapier bereits in 3 bis 5 Jahren braun wird und zu Staub zerfällt, während dem holzfreien Papier allerdings eine längere Dauer beschieden ist.

Das Papier wird aus vegetabilischen Faserstoffen gefertigt. Der Stoff wird zu einer breiartigen Masse verarbeitet, gepreßt, geleimt und getrocknet (mitunter auch

*) Dr. P. Blok. Ver. Staaten von Amerika. Couvert- und Streifbandausstellung. Leipzig 1880.

**) Vgl. August Demmin, Studien über Kunsthandwerke, Band VI. Papier und andere Beschreibstoffe. Wiesbaden 1890.

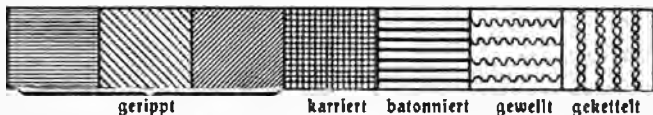
noch geglättet = satiniert). Während früher das Papier ausschließlich aus Hadern und Lumpen hergestellt wurde, verwendet man jetzt fast ausschließlich Holzstoff, und zwar für feinere Sorten den gereinigten, die Cellulose, für geringe den ungereinigten Holzstoff, den Holzschliff.

Als gestreiftes Papier bezeichnet man vielfach das von Wasserlinien durchzogene Papier (*papier vergé*), während unter gerippt (*côtelé*, *rayé*) jene feine Papierstreifung zu verstehen ist, welche auf dem Papier erhaben hervortritt. Erstere Eigentümlichkeit ist wahrnehmbar, wenn man das Papier gegen das Licht, letztere, wenn man es ins Dunkle vor sich hin hält.

Die niederen Werte der Schweizermarken von 1882 wurden auf blau und rot meliertem Faserpapier gedruckt, das Schutz gegen Fälschungen gewähren sollte.

Aus nachfolgenden Zeichnungen verdeutliche man sich einige technische Ausdrücke, die beim Markensammeln betreffs der Papiersorten wiederkehren:

Papiersorten :



Als Schutzmittel gegen Fälschungen diente das Dickinsonsche Papier, in welches farbige Seidenfäden eingearbeitet waren. Aus diesem Papier wurden die ersten englischen Mulready-Couvertés hergestellt; hier sind die Seidenfäden ein nahezu untrügliches Zeichen der Echtheit. Die ersten preussischen Couvertés mit dem Kopf Friedrich Wilhelms IV. zeigen zwei Seidenfäden, ferner die Marken von Bayern der zweiten und dritten Emission, von Schleswig-Holstein erste Emission, von Württemberg zweite Emission u. s. w.

Die Nachahmung der Postwertzeichen wird auch erschwert durch Anwendung des Wilcoxpapieres, das mit gehackten bunten Zwirnstückchen während der Herstellung bestreut wird.

Bis 1290 wurde das Papier, dessen Name von der ägyptischen Papyrusstaude herzuleiten ist, dessen Entstehung als gefilztes Schriftblatt aber auf Ba byr (Spinnpflanze) zurückzuführen ist, in Europa aus Baumwolle nach orientalischer Art bereitet. Erst durch die Holbein in Ravensburg wurde die Verwendung der Hadern und zugleich der Betrieb durch Wasserkraft eingeführt. Den „Wolf“, den „Holländer“, den „Schöpfer“ und die übrigen bei der Herstellung des Papiers verwendeten Maschinen möge man in einer Papierfabrik selbst in Augenschein nehmen.

Durch Betupfen mit schwefelsaurem Anilin, Naphthylamin oder Salpetersäure kann man den Holzgehalt des Papiers nachweisen, Holzpapier wird dadurch sofort schwarz gefärbt.





Die Papiere Ostasiens und Vorderasiens unterscheiden sich wesentlich von den unserigen. In China, Japan, Korea, Nepal bis Kaschmir ist noch die ursprüngliche 2000jährige Manipulation üblich, die darin besteht, daß man die Rohpflanze in Bündeln bis zur Fäulnis in Wasser einlegt, dann die Faser auswäscht und reinigt, in Kästen mit Kalkschichten einige Wochen überdeckt stehen läßt, wieder auswäscht, trocknet und die feine Faser durch Stampfen zerkleinert. Die wichtigsten Rohmaterialien sind in China und Japan der Bambus und der Papierbaum, in Siam *Trophis aspera*, in Vorderindien die Jute (*Corchorus capsularis*), die Agave, der Pfingstbaum, *Daphne*, *Astragalus* und *Borassus*. Japan besonders leistet Vorzügliches in der Papierfabrikation.

c) Umrandung.

Die ältesten Marken in England und Deutschland wurden bekanntlich mit der Schere vom Markenbogen abgeschnitten. Wenn auch der Gang der Schere meist durch eine Linie vorgezeichnet war, so schnitt natürlich doch ein vielbeschäftigter Postbeamter entweder in der Eile krumm und schief, öfters in das Markenbild hinein, oder er schnitt sich mehrere Reihen vorrätig, wie die sorgfältig mit dem Lineal gezogenen Tintenstriche auf den älteren Hannovermarken zeigen. Immerhin war die Manipulation der Markentrennung eine langwierige und unsichere. Fast zehn Jahre hindurch blieb man der Schere treu, da verausgabte England die ersten gezähnten Marken, nachdem die Erfindung der Zähnungsmaschine dem Irländer Henry Archer für 4000 Pfund Sterling abgekauft worden war.

Die geschnittenen Marken werden die ungezähnten genannt und vertreten überall die erste Epoche.

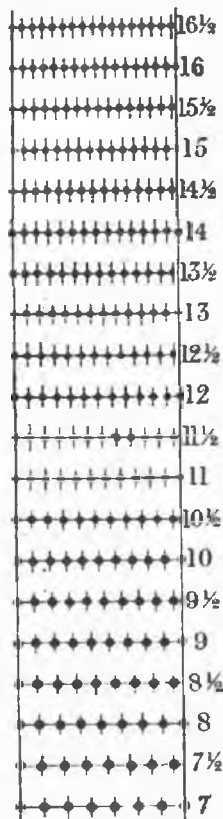
Sodann wurden die Markenbogen mit der Maschine durchstochen oder durchschlagen, was man Durchstich nannte. Derselbe kann in verschiedenen Formen auftreten:

(Hannover)		} Bogendurchstich
(Braunschweig)		
(Thurn und Taxis)	-----	} Liniendurchstich
	+++++	
		} Sägedurchstich
(La Guaira)		

ferner kennt man den Blatt- und den Schlangendurchstich.

Eine dritte Art der Markenabtrennung ist die Zähnung (Perforierung); dieselbe ist klein oder groß

(Württemberg 1859 und 1862), eng oder weit (Oesterreich), rund oder oval (Finnland), farbig oder farblos (Thurn und Taxis).



Nicht überall folgte die Perforierung dem Durchstich, einige Länder blieben beim Durchstich stehen, andere kehrten zu ihm zurück.

Die Zahl der Zähne (nicht Zacken!) ist für die Unterscheidung der Marken und der Fälschungen sehr wichtig.

Zu sicherer Feststellung der Zahl der Zähne bedient man sich eines von Dr. Legrand in Paris erfundenen „Zählungsschlüssels“ (Odontometer), der auf einer Länge von 2 cm eine Reihe von 7 bis 16 1/2 Perforierungen erkennen läßt. Innerhalb dieser Grenzen wird sich jede Marke leicht unterbringen lassen (Frankreich 1861 hat 6, Ceylon 1861 hatte 15 1/2). An diesen Zähnungsschlüssel legt man die zu prüfende Marke an und liest die Zahl der Zähne ab.

In Europa hatte bis 1892 Griechenland noch ungezähnte Marken.

Es gibt auch Marken, bei denen senkrecht und wagerecht verschiedene Methoden angewendet werden. Kartenbriefe sind meist durchlocht, Antwortkarten mitunter.

Zur Feststellung der Zähnungsart der Marken und der Größenverhältnisse der Ganzsachen empfiehlt sich auch die Beschaffung eines durch-

sichtigen Zähnungsschlüssels (mit Millimetermaß), der für 20 Pf. käuflich ist.

d) Wasserzeichen.

Zu den wichtigsten Kennzeichen der Echtheit einer Marke und vieler Briefumschläge gehört das Wasserzeichen im Papier. Wasserzeichen (marques du papier, water-marks) werden durch Umrisse erlangt, die bei der Papierbereitung aus Draht auf dem Formgitter dargestellt werden. Papiere vom 16. Jahrhundert ab enthalten die verschiedenartigsten Wasserzeichenmarken. Die Bezeichnung filigranes paßt nur für gestreiftes Wasserzeichenpapier, denn das heutige sogenannte Filigranpapier ist ein Leinenpapier mit verschwommenen, zarten, durch Prägedruck dargestellten netzförmigen Mustern.

Durch Pressung ist z. B. das Wasserzeichen der Umschläge von Hamburg hervorgebracht. Hier unterscheiden Spezialisten zwei Arten, die eine mit außen eingepreßtem, die zweite mit innen eingepreßtem Wasserzeichen (Wappen von Hamburg, Zinne mit 4 bezw. 5 Zinken*).

Das Wasserzeichen dient teils zur Sicherung gegen Fälschungen, teils als Fabrikmarke. Beiden Zwecken diene dasselbe schon vor der Einführung der Briefmarke bei der Herstellung von Staats- und anderen Wertpapieren.

Bekannt und leicht aufzufinden sind die Wasserzeichen auf den Briefmarken von Aegypten (Halbmond und Stern), der englischen Kolonialmarken (Krone mit CA, Crown Agency = Königl. Postagentur, oder CC, Crown Colonies = Königl. Kolonie), von Braunschweig (Bosthorn), von Neu-Seeland (Stern).

*) G. Lindenberg-Tsch., Großes Handbuch der Philatelie, Leipzig, Bd. II. Hamburg S. 185.

Manche Länder begnügen sich mit linearen Verzierungen als Wasserzeichen (Wellenlinien bei Bayern).

Mitunter trägt nicht jede einzelne Marke ein besonderes Wasserzeichen, sondern dasselbe erstreckt sich über den ganzen Markenbogen, so daß auf den einzelnen Marken nur ein Teil, mitunter auch nichts davon erscheint, und die Marke unberechtigtweise für falsch und verdächtig erklärt wird (Oesterreich 1867).

Wasserzeichen, welche auf trockenem Wege durch Pressen des fertigen Papiers mit einem Stempel erzeugt werden, also den Namen „Wasserzeichen“ überhaupt nicht rechtfertigen, findet man bei den Marken der Schweiz (Emission 1862) und Rumänien (Emission 1890).

Die Auffindung eines undeutlichen, durch Entwertungstempel oder andere Zufälligkeiten entstellten Wasserzeichens kann man bewirken durch leichtes Anfeuchten der Rückseite mit Benzin, reinem Spiritus oder klarem Wasser und durch Auflegen auf eine dunkle Glasplatte. Auch wird empfohlen, die Marke unter Glas, auf Chlorsilberpapier fest aufgelegt, der Sonne auszusetzen, so daß die dünneren Wasserzeichenflächen durch die Lichteinwirkung stärker gebräunt werden und dadurch hervortreten.

e) Farbe.

Die Farben der Körper entstehen bekanntlich dadurch, daß nur ein Teil der im weißen Licht enthaltenen Farben durchgelassen oder reflektiert, während der Rest absorbiert wird. Weiß oder farblos erscheinen diejenigen Körper, welche alle Strahlen gleichmäßig reflektieren oder durchlassen. Bei blauem Licht erscheinen weiße Körper blau, bei rotem rot. Bei künstlicher Beleuchtung erscheinen die meisten Körper anders gefärbt, als bei Tageslicht, da die künstlichen Beleuchtungsarten meist

nicht alle Farben des Spektrums enthalten. Die verschiedenen Farben erklärt man durch die verschiedene Länge und Schwingungsdauer der Wellen des Aethers, und zwar nimmt man an, daß Rot die größte Wellenlänge besitzt und am langsamsten schwingt, während violette Wellen am kürzesten sind und am schnellsten schwingen.

Ueber das Wesen der Wahrnehmung der Farben, die je nach den aufgestellten Theorien verschieden erklärt wird, über die Störungen des Farbensinnes, die man mit Farbenblindheit bezeichnet, kann hier nicht gehandelt werden.

Man unterscheidet die anorganischen Mineral- oder Erdfarben von den organischen Farbstoffen. Erstere wurden früher aus natürlich vorkommenden Mineralien gewonnen (Roteisenstein, Malachit), werden aber jetzt größtenteils künstlich hergestellt. Die letzteren sind theils pflanzlichen (Indigo), theils tierischen Ursprungs (Cochenille), werden aber auch vielfach künstlich dargestellt (Alizarin) oder durch andere künstlich bereitete Farbstoffe ersetzt (Teerfarben).

Nach ihrer Verwendung teilt man die Farben ein in 1. Malerfarben (Deckfarben, Gouache- oder Lasurfarben), 2. Email- oder Schmelzfarben, die in der Porzellanmalerei und zu Glasflüssen verwendet werden, 3. Färbefarben für Gespinnstfasern.

Die Briefmarken haben nun nach bestimmten Grundsätzen gewisse Farben erhalten. Entweder waren die Anordnungen des Weltpostvereins maßgebend (Reihenfolge braun, grün, rot, blau, 3 Pfennig = 2 Kreuzer, 5 Pfennig = 3 Kreuzer, 10 Pfennig = 5 Kreuzer, 20 Pfennig = 10 Kreuzer mit denselben Farben) oder die Bestimmungen der betreffenden Landespost. Im Jahre 1861 haben alle deutschen Staaten beschlossen, den verschiedenen Marken eine einheitliche Druckfarbe zu geben.

Zu den Farben werden folgende Mineralfarben verwendet:

Rot: Zinnober, Mennige.

Gelb: Ocker.

Grün: Grünerde, Mangangrün.

Blau: Kobaltblau, Ultramarin.

Braun: Bister, Umbra.

Schwarz: Beinschwarz, Rußschwarz.

Weiß: Bleiweiß, Zinkweiß.

Für philatelistische Zwecke ist am besten verwendbar die Farbenkarte mit 150 Farben, aufgestellt 1884 von der National Philatelic Society zu New York, und zwar nach 7 Hauptklassen geordnet: A color chart, designed to illustrate and identify the colors of postage stamps. New-York 1884, entered by Smith, Bogert and Corwin (Orange, green, blue, purple, brown, slate, red) stets in 6 Schattierungen.

Es gibt allerdings einige Markenforten, bei denen die einzelnen Werte nicht durch Farben unterschieden werden, so haben z. B. alle Dienstmarken des Norddeutschen Bundes dieselbe Farbe, ebenso die Nachportomarken der Niederlande und der Schweiz u. s. w.

Ferner gibt es Marken, bei denen nur die Farbe den Wertunterschied angibt z. B. bei den Marken der Ionischen Inseln von 1859 gelb ($\frac{1}{2}$ Penny = 1 Obolos), blau (1 Pence = 2 Oboli), rot (2 Pence = 4 Oboli), oder von Mauritius aus den Jahren 1855 bis 1858 grün (4 Pence), ziegelrot (6 Pence), violett (9 Pence).

Die richtige Bezeichnung aller Farbennuancen ist schier unmöglich, und wenn die veränderte Farbenmischung bei derselben Marke eine rein zufällige, keine absichtliche ist, so hat das Sammeln dieser Nuancen nur den Wert einer Spielerei oder einer Kuriosität. Marken mit ausgebleichenen oder ausgewaschenen Farben, die durch Sonnenlicht oder Wasserbad gelitten haben, zu

sammeln, ist ein wertloses Unterfangen. Künstlich vertiefere Farben hat man mitunter erzielt durch Kaffeegrund (Baden 1 Kreuzer chamois 1851 statt 1853) oder ähnliche, sehr nahe liegende und scherzhafte Ingredienzen.

Einige Postwertzeichen sind mit Wasserfarben hergestellt (Rußland, Kaschmir) und vertragen daher kein Wasserbad. Auch die auf gekreidetes Papier aufgetragenen Farben bedürfen der Schonung (Paraguay, 7 Dienstmarken OFICIAL 1887, 1 Cent bis 20 Cents).

f) Schriftarten.

Die Marken und Ganzsachen aller Länder bieten uns die reichste Auswahl von Typenverschiedenheiten. Es lassen sich bei der Fülle derselben natürlich nur die Hauptklassen und die wichtigsten Kulturländer vorführen.

Nach der Zahl der Punkteinheiten unterscheidet man typographisch, wie angegeben auf der nachfolgenden Tabelle der Schriftproben:

Punkte	Fraktur	Antiqua	Kursiv
5	Perl	Perl	Perl
6	Nonpareille	Nonpareille	Nonpareille
7	Colonel	Colonel	Colonel
8	Petit	Petit	Petit
9	Bourgeois (Borgis)	Borgis	Borgis
10	Corpus (Garmond)	Corpus	Corpus
12	Cicero	Cicero	Cicero
14	Mittel	Mittel	Mittel
16	Tertia	Tertia	Tertia
20	Text	Text	Text

Die weiteren Größen kommen für Postwertzeichen nicht in Betracht: Doppelpicero (24), Doppelmittel (28), kleine Kanon (32), grobe Kanon (40), kleine Missal (52), grobe Missal (64), kleine Sabon (76), grobe Sabon (84), Real (96), Imperial (108).

Außer den genannten Botschriften unterscheidet man als Zierschriften folgende:

Gotisch, Mediäval, halbfette Fraktur, Schwabacher, Kanzlei, Haarschrift, Grotesk, Egyptienne, Kursiv Egyptienne, Kursiv Grotesk, Lapidar. Nur große Buchstaben werden verwendet von der Uncialschrift (verzierte Versalien) und von der Schwanzschrift. Neuerdings werden noch in Gebrauch genommen Schreibschrift und Rundschrift.

Als Beispiele der Verwendung nennen wir: die Diamantschriften auf den Briefumschlägen der deutschen Staaten aus den fünfziger und sechziger Jahren

DREI SILBERGROSCHEN POSTCOUVERT
DREI SILBERGROSCHEN POSTCOUVERT

Berkschrift findet sich als Angabe des „Bestimmungsortes“, Nonpareille und Colonel als „Gebrauchsanweisung“, die übrigen Schriften bei Postscheinen, Anweisungen, Paketadressen; die Zier- und Titelschriften kommen meistens bei Postkarten vor, auch Rundschriften.

Bei einiger Übung im Schriftenlesen erkennt man, wie große Verschiedenheiten und wie viele Unterschiede in den Marken- und Postkartenausgaben, sowie im Formularwesen sich durch Einführung einer neuen Type ergeben. Die neueren Formulare der deutschen Reichspost bevorzugen durchgängig die Schwabacher Typen, die den altdutschen Charakter wiedergeben sollen.

Die Inschriften auf den Postwertzeichen betreffen zumeist den Namen des Landes, den Zweck und den Wert. Erst Ferd. Meyer hatte in seinem großen Handbuch für Briefmarkensammler (München 1881)

auch den Inschriften, besonders der Türkei und der asiatischen Staaten, die ihnen gebührende Beachtung geschenkt *).

Schriftarten sind die verschiedenen Darstellungen der von den Kulturvölkern verwendeten Schrift- und Zahlzeichen (Ziffern).

Die Schriftarten sind Gegenstand der Typographie, des Buchdruckgewerbes.

Mit den Schriftzeichen beschäftigt sich die Philologie, die Archäologie und die Paläographie **).

Am stärksten vertreten auf den Postwertzeichen sind die lateinischen Schriftzeichen, weil alle romanischen Völker sich derselben bedienen, ferner auch die Engländer, Holländer, Dänen, Schweden, sowie die Magyaren und einige Slawen. Die deutschen sind beschränkt auf Deutschland und deutschredende Teile von Oesterreich.

Russische Schrift finden wir nicht nur auf den Marken Rußlands, sondern auch auf denen Rumäniens und Serbiens, serbische Schrift auch in Montenegro, türkische Schrift auch in Aegypten, griechische auch auf den Marken der unter englischer Oberhoheit stehenden Ionischen Inseln.

Schwierigkeiten bereiten dem Sammler die „Legenden“ der asiatischen Postwertzeichen. Wir finden hier Indopersisch (Afghanistan), Sanskrit (Umar, Sirmoor), Hindostanisch (Bhopal), Indisch (Kaschmir), Chinesisch (China, Japan, Shanghai), Persisch (Persien), Neuindisch (Haiderabad) und Arabisch (Aegypten, Emission 1867).

g) Sprachverschiedenheiten.

Noch mannigfaltiger als die Schriftarten sind die auf den Postwertzeichen verwendeten Sprachen, weil

*) Die Sprachwissenschaft in der Briefmarkenkunde von Postsekretär Oskar Kausch. 2. Auflage. Leipzig 1891.

**) Ueber die Schriftcharaktere handelt Dr. Friedr. Vejl in seiner „Urkundenlehre“. 2. Auflage. Leipzig 1893.



1885. Domin. Rep.



1895. Salvador.



1898. Honduras.



1895. Postanw.-M.



1896. Venezuela.



1894. Honduras.



1895. Ehile (Kokal).



1896. Uer. Staaten von Nordamerika.



Antioquia.



1892. Argentinien.



Republik San Marino.

Amerikanische Republiken.



1895. Belgische
Nachportomärke.



1852. 50 Bajocchi
Kirchenstaat.



1863. Französische
Nachportomärke.



Grossherzog
von Luxemburg.



König Humbert
von Italien.



König Oskar
von Schweden.



Alphons XIII.
von Spanien.



Dom Carlos
von Portugal.



Alexander I.
von Serbien.

Europäische Herrscher.

einigen Völkern die Schriftzeichen gemeinsam sind. Hier überwiegt das germanische Idiom, da neben der deutschen die stammverwandten Sprachen, die englische, die holländische (auch für Curacao, Surinam, Niederländisch-Indien) und die dänische überwiegen. In zweiter Reihe steht die spanische Sprache, die neben Spanien auch von Mexiko und allen südamerikanischen Staaten außer Brasilien verwendet wird.

Dios patria rey (Gott, Vaterland und König) ruft die karlistische Regierung von 1875 in Spanien,

Dios union y libertad (Gott, Einigkeit und Freiheit) rufen uns die Marken von Honduras zu,

Dios patria libertad (Gott, Vaterland und Freiheit) die Marken der dominikanischen Republik.

Der portugiesischen Sprache bedient sich neben Portugal auch Brasilien.

An Bedeutung steht die russische Sprache den genannten nicht nach, da Serbien, Bulgarien, Montenegro und Oesterreich (Ruthenen) dieselbe verwenden. Eine Musterkollektion slawischer Sprachen zeigen die österreichischen Postkarten (tschechisch, polnisch, kroatisch, slovenisch, ungarisch).

Die Wertzeichen der ehemaligen Posteinrichtungen des Norddeutschen Bundes, von Preußen, Thurn und Taxis, Schleswig-Holstein, Hannover, beider Mecklenburg, Sachsen, Baden, Oldenburg, Braunschweig, sowie der Stadtpostanstalten von Hamburg, Lübeck, Bremen und Bergedorf sind deutsch abgefaßt, zeigen aber lateinische Buchstaben, nur die alten Marken von Baden und Württemberg und einige der Thurn und Taxis'schen Posten zeigten vorübergehend deutsche Schriftzeichen. In der Schweiz trugen die alten Stadt- und Kreismarken, sowie die Bundesmarken teilweise deutsche Inschriften; die neueren haben allerdings neben der lateinischen Bezeichnung Helvetia nur Zahlenangaben.

Die Helgolandmarken hatten neben dem englischen „Heligoland“ auch deutsche Münzbezeichnungen. Aus naheliegenden Gründen trugen die einstweilen ausgegebenen Marken des Norddeutschen Postbezirks von Elsaß-Lothringen französische Münzbezeichnungen.

Viele nicht englische, selbständige Staatsgebiete haben wegen des Ueberwiegens englisch sprechender Unterthanen mit dem britischen Idiom zugleich britische Markeninschriften angenommen.

In Afrika tragen die Marken der Orange-Republik, die von Transvaal — die Boeren verließen die britische Kapkolonie und zogen 1836 in die Stromgebiete des Orange- und Baalflusses — sowie der Neuen Republik holländische Inschriften.

Da die Norweger die dänische Sprache sprechen und schreiben (nicht die schwedische), so finden wir die Briefmarken Norwegens mit dänischen Worten versehen. Bis zum Jahre 1864 waren in Schleswig-Holstein ebenfalls Marken mit dänischen Inschriften im Gebrauch. Die beiden ältesten Marken vom Jahre 1850 mit deutscher Münzbezeichnung waren nur 2½ Monat im Umlauf und von der aufständischen Regierung verausgabt worden.

Einige Postwertzeichen des Großfürstentums Finnland tragen mit Rücksicht auf den baltischen Verkehr schwedisch redender Einwohner neben den finnischen Angaben schwedische Worte.

Eine norwegische Sprache gibt es nicht; die altnorwegische, die auf Farör und Island beschränkt blieb, wurde von der üblich gewordenen dänischen Sprache verdrängt.

Französische Inschriften findet man auf Marken der Schweiz und von Monaco, ferner von Luxemburg und Belgien, teilweise der Türkei und Ost-Rumelien, ferner Persien, Japan und Aegypten.



1894. Kap d. g. Hoffnung.



1891. Br. Südafrik. Gesellschaft.



1880. Queensland.



1890. Br. Ost-Afrika.



1898. Kanada.



1898. Kanada.



1891. Br. Ost-Indien.



Crinidad.



1890. Malta.



1899. Malta.



1890. Crinidad.



1899. St. Helena.

Grossbritanniens Seeherrschaft.



1804. Negus Menelik II von Abessinien.



1897. Sultan Said Famed bin Sueni.



1880. Der Rajah von Jndora.



1879. Kaiser v. Brasilien.



1892. Sultan v. Johore.



1879. Kaiser v. Brasilien.



1898. Kriegserinnerungsmarken von Japan mit dem Bilanis der Prinzen Ariguyawa und Kitasirakawa.



1895. Charles Brooke auf Sarawak-Marken.

Aussereuropäische Herrscher

Die französische Sprache gilt auch im Weltpostverein (Union postale universelle) als Weltsprache.

Das Portugiesische nimmt neben dem stolzen Spanisch eine gedrückte Stellung ein; es ist aber in Brasilien zur Landessprache erhoben und erstreckt sich über die Azoren, Madeira, Angola und Mozambique.

h) Wertangaben.

Zur Wertbezeichnung auf den Postwertzeichen gehört sowohl die Angabe der Münzeinheit und der Ziffer, welche die Anzahl der Münzeinheiten näher angibt. Man sollte nun meinen, daß beide notwendige Dinge klar und deutlich auf allen Postwertzeichen angegeben sein müßten. Das ist aber leider durchaus nicht immer der Fall.

Einige Marken bezeichnen die Verschiedenheit der Werte nur durch Farben (Ionische Inseln, Barbados, Emission 1852 bis 1861, Trinidad, Emission 1851 bis 1858, Mauritius, Emission 1855 bis 1858), andre zeigen nur die Ziffer ohne Angabe der Münzeinheit (Belgien, Emission 1883 bis 1886, Schweizer Nachportomarken, italienische Dienstmarken, Bosnien, Monaco). Auch ist nicht immer dem berechtigten Wunsche und dem dringenden Bedürfnis entsprochen, die Ziffern deutlich anzugeben, unverschleiert und nicht verdeckt durch Ranken und Verzierungen aller Art. Wie man bei einem Bibliothekszeichen den Namen des Besitzers sehen will und muß, so darf man auch bei einem Postwertzeichen nicht erst nach der Wertangabe suchen. In dieser Beziehung haben Zeichner und Entwurfsmacher oftmals schwer gefehlt, und manche Essais (Probemarken) sind aus diesem Grunde nicht zur Einführung gelangt.

Infolge der gewaltigen Oberherrschaft des amerikanischen Handels hat die Berechnung nach dem Dollar:

fuß seit Jahrzehnten erheblich zugenommen. Ein Dollar, zu 10 Dimes zu 10 Cents, galt von 1792 bis 1853 = 371 $\frac{1}{4}$ Troy Grains fein Silber. Nach dem Gesetz vom 21. Februar 1853 herrscht Goldwährung: ein Dollar = 23,22 Troy Grains fein Gold, Silbermünzen sind nur bis 5 Dollar gesetzliches Zahlungsmittel. Von 1837 bis 1853 bestand nach dem Gesetz vom 18. Januar 1837 Doppelwährung. Der Dollar zu 100 Cents gilt nach dem Gesetz vom 2. April 1792, 18. Januar 1837 und 3. März 1851 = 4 Mark 33 Pfennig und wurde bis 1873 geprägt. Nach dem Gesetz vom 3. März 1875 galt der Trade-Dollar 4 Mark 40 Pfennig.

Der Cent, Centime, Centavo, Centesimo, Centimo entspricht dem jetzt allgemein üblichen Dezimalsystem, das ja seit Einführung der Markwährung auch in Deutschland gilt. Seit 1860 verließen viele Staaten die Pennyskala (1 Schilling zu 12 Pence = $\frac{1}{3}$ Dollar = 12 $\frac{1}{2}$ Cents) und nahmen die Centwährung an (Kanada, Neu-Braunschweig, Neu-Fundland, Neu-Schottland). In den Jahren 1867/68 folgten Hongkong und Britisch-Columbia, 1872 die Prinz-Edwardsinseln und Ceylon. Jetzt haben etwa 100 Staaten die Centwährung*).

Das Deutsche Reich ging nach dem Gesetz vom 24. März 1873 Anfang 1875 von der Thaler- und Gulden- zur Markwährung über, und diesem Wechsel folgten die Postwertzeichen, auch die monopolisierten von Bayern und Württemberg**). Ähnliches fand in Oesterreich nach dem Währungswechsel 1. November 1858 und 1893 statt. Den größten Nominalwert haben die

*) Münztabelle von C. Neubauer, Königl. preuß. Ober-Münz-Wardein. Berlin 1877.

***) Die deutschen Reichsmünzen vom Jahre 1871 bis 1898 und bezügliche Gesetze von Alexander Kummer. Dresden 1899.

als Stempelmarken auch zu fiskalischen Zwecken verwendeten Marken zu 1, 2, 2 $\frac{1}{2}$, 3, 5, 10, 15 und 20 Pfund Sterling (= 400 Mark) von Südaustralien.

i) Kontrollzeichen.

Zur Feststellung der verbrauchten Mengen wurden Kontrollzeichen eingeführt. Schon die im Mai 1840 verausgabte erste englische Marke 1 Penny rot, von der 240 Stück auf den Markenbogen enthalten waren, hat jede für sich, nach der Reihenfolge des Alphabets einen Buchstaben, aus dem man die Stellung der Marke innerhalb des Markenbogens ersehen kann. Dergleichen Stücke werden mit Sammeleifer zu „Originalbogen“ zusammengestellt. Seit 1858 befinden sich Kontrollbuchstaben in den oberen Ecken der Marken.

Die Postkarten des Deutschen Reiches mit Datumangabe zeigen im Text in der letzten Adresslinie eine „Punktücke“. Nach diesen Punktücken haben eifrige Sammler die Emissionen geordnet. Die Herren Dr. Fr. Kalkhoff-Berlin und Pfarrvikar Herrmann sind auf diesem Spezialgebiet anerkannte Autoritäten*). Aus den Punktücken ließ sich entnehmen, welcher Papierfabrik der Postkartenkarton entstammte; auch ist bis in die neueste Emission der deutschen Postkarten die Sitte erhalten geblieben, durch Ziffern Monat und Jahr der Herstellung zu bezeichnen. So haben wir Jahrhundertkarten aus dem Monat 699 und neue Zweipfennigkarten, die erst vom 27. Dezember 1899 an ausgegeben wurden, schon mit dem Herstellungsvermerk 599 d. h. Mai 1899. Auf den deutschen Postkarten der neuesten Emission sind die Punktücken aufgegeben worden.

*) Deutsche Briefmarkenzeitung von Dr. H. Wendtke (jetzt Hugo Rösch-Verlag), Jahrgang II, S. 41; IV, S. 69; V, S. 66.

k) Stecherzeichen.

Während ein Delgemälde erst durch die Signatur des Künstlers, durch sein Monogramm als echt beglaubigt ist z. B. A. D. (Albrecht Dürer), hat bei dem kleinen Kunstwerk des Postwertzeichens die Künstlermarke zwar keine so erhebliche Bedeutung, wie bei Gemälden, Kupferstichen, Porzellanen und dergleichen. Immerhin ist aber das „Stecherzeichen“ ein Kennzeichen der Echtheit und erst, nachdem auch diese Kennzeichen von Fälschern nachgeahmt wurden, verloren sie diese wesentliche Bedeutung. Als Stecherzeichen finden wir auf preußischen Couverts mit dem Kopf des Königs Friedrich Wilhelm IV. den Namen des Graveurs SCHILLING am Halsabschnitt der Büste.

Auf den Marken der Philippinen, Cuba und Portorico, seit 1880 auch Fernando-Po finden wir im Schatten des Halsrandes den Namen „Julia“.

Die Marken von Portugal, Emission 1866 und 1867, zeigen unter dem Kopf des Königs die Buchstaben C. W. (Charles Wiener); die Marken Neapels haben die Buchstaben $\frac{1}{2}$: G, 1 : M, 2 : A, 5 : S, 10 : Z, 20 : N, 50 : C und $\frac{1}{2}$ tornese : G. Ganzsachen und neuere Marken von Nicaragua, Ecuador, Mexiko, Columbia weisen meist den vollen Namen oder die ganze Druckfirma auf. Die ersten englischen Briefumschläge erhielten nach ihrem Verfertiger „W. Mulready, St. A.“ den Namen Mulready-Couverts und haben eine große Anzahl höchst origineller Karikaturen hervorgerufen.

l) Gummierung.

Subtilere Sammler und Spezialisten achten ferner darauf, daß ungebrauchte Marken noch tadellos den Ori-

ginalgummi auf der Rückseite haben. Derselbe darf weder durch Hitze brüchig geworden, noch durch Wasser und Dampf gänzlich entfernt oder teilweise beschädigt sein, sondern muß in gleichmäßiger Stärke sich auf der Marke noch unverlezt befinden. Marken, die über See kommen, müssen durch Oelpapier dagegen geschützt sein, daß die gummierten Originalbogen sich zusammenballen und beim Aufweichen im Wasser den Gummi verlieren.

Die reichsdeutschen Briefmarken werden mit dem besten gereinigten Gummiarabikum bestrichen und sind nicht der Gefahr ausgesetzt, daß ihr Gummi sauer wird und dadurch beim Beseuchten mit der Zunge Krankheiten erzeugt und Ansteckungsstoffe weiter getragen werden; dieses Gummi wurde von Autoritäten für völlig giftfrei erklärt.

Von großer Bedeutung ist die Ausdehnung der Gummierung bei den Klappen der Couverts von Preußen, einigen deutschen Kleinstaaten und den Couverts des Norddeutschen Postbezirks, Ausgabe 1862; die Couverts von Thurn und Taxis des nördlichen und südlichen Bezirks unterscheiden sich in der Emission 1862 wesentlich durch eine sogenannte kurze oder eine lange Gummierung. In letzter Zeit ist die lange Gummierung üblich geworden*).

Die Gummierung, die leichte Aufklebbarkeit des Wertzeichens hat erst die schnelle Durchführung der billigen Portosätze ermöglicht.

Der Klebestoff ist nicht immer Gummi, sondern auch Dextrin, Leim oder Stärkekleister, und die Art des Klebestoffes beeinflusst überaus stark die Dauerhaftigkeit der Marke.

*) Die Briefumschläge der deutschen Staaten von C. Hindenberg, Berlin (Verlag von Dr. G. Brendide, jetzt G. Krösch-Leipzig) Heft 4. Thurn und Taxis.

m) Gaufrage (Waffelung).

Gaufrage ist das Verfahren, Marken mit einem waffelförmigen, siebartigen Trockenstempel zu versehen, welcher das bessere Eindringen des Entwertungsstempels herbeiführen und somit ein Mittel sein soll, die Echtheit der Marke zu bezeugen. Viele Marken wurden rückseitig gaufragiert. Am bekanntesten ist die „Waffelung“ bei den Marken der Vereinigten Staaten von Nord-Amerika. Hier wurden zur Hintertreibung der Wiederverwertung gebrauchter Marken die Ausgaben seit 1868 mit einer viereckigen Einpressung in verschiedenen Größen versehen. Jedoch wurden die selteneren Arten ebenfalls bereits täuschend gefälscht. Durch das tiefere Eindringen der Fettschwärze des Entwertungsstempels in das Gitterwerk, das die Papierfaser zerschnitt, wurde das Auswaschen des Entwertungsstempels unmöglich gemacht und dadurch einer nochmaligen Verwendung ein und derselben Marke vorgebeugt.




Auch die Marken von Peru zeigen eine solche Gaufrage.

n) Untergrund.

Wie bei einem Gemälde der Hintergrund, die Grundfarbe, der Fond, eine bedeutende Rolle spielt und das eigentliche Bild hervortreten läßt, so unterscheiden sich auch viele Emissionen von Postwertzeichen nur durch den Untergrund, der entweder glatt oder gemustert ist, entweder in derselben Farbe wie das Papier oder in verschiedener Farbe auftritt.

Die Zweifilbergroschenmarke von Preußen 1857 mit glattem Grunde, ungebraucht, wird mit 400 Mark bewertet, die Zweifilbergroschenmarke von 1858 bis 1860 mit liniertem Grunde, ungebraucht, nur mit etwa 7 Mark.

Die Preußenmarken beider Emissionen sind sämtlich mit einem netzartigen weißen Unterdruck versehen, der durch Behandlung mit Schwefelwasserstoff bräunlich bis schwarz hervortritt.

Verschieden ist der Untergrund bei den Kapmarken 1853/58 und 1860, bei den sardinischen Marken 1853 und 1855, bei den dänischen Marken 4 und 8 Schilling zweiter Emission, bei den Kantonalmarken von Zürich zu 4 und 6 Rappen. Für Sammler ist der geneigte Grund der Marken des Norddeutschen Postbezirks für die Postanstalten in Elsaß-Lothringen von großer Bedeutung. Bei den im Handel vorkommenden sogenannten „Neudrucken“ ist das Netzwerk mit Originalplatten, der Typensatz aber von neuen Platten gedruckt. Derartige Stücke sind also nur als amtlicher Nachdruck zu betrachten, für Sammler daher ohne jeden Wert. Das Hauptmerkmal ist die Zähnung 14:14 $\frac{1}{2}$. Es gehören die echten Marken mit Netzwerk, dessen Spitzen nach unten  gerichtet sind, zu den größten Seltenheiten.

o) Ueberdruck.

Zu den Sicherungen gegen Nachahmungen gehört auch der Ueberdruck. Der sogenannte Ueberdruck, der besonders auf den Briefumschlägen der früheren deutschen Einzelstaaten auftritt (amtlich sagte man Liniendruck), wurde durch Stahlringe bewirkt, auf welche die Diamantschrift des Ueberdrucks aufgelötet war. Bei einer so minutiösen Herstellung konnten nicht alle Ringe, trotzdem ihr Umfang an sich gleich war (etwa 200 mm), einen durchaus gleichen Ueberdruck zeigen. Die Abstände zwischen den einzelnen Buchstaben, Worten und Sätzen sind sehr verschieden, der ganze Ring wiederholt bei den

Silbergroschenwerten von Braunschweig z. B. den Satz achtmal:

EIN SILBERGROSCHEN POST-COUVERT
EIN SILBERGROSCHEN POST-COUVERT

oder

EIN SCHILLING POST-COUVERT
EIN SCHILLING POST-COUVERT

bei Mecklenburg.

Der farbige Ueberdruck in Diamantschrift verläuft zweizeilig von der oberen Klappe über die rechte Ecke der Vorderseite nach der linken Hinterklappe und trägt die Wertbezeichnung in Buchstaben.

Diese wesentliche Sicherung gegen Nachahmungen wollte die Thurn und Taxische Postverwaltung 1863 abschaffen, nahm aber davon Abstand, da die Lieferung dadurch nur um 1½ Pfennig pro Hundert billiger geworden wäre.

Auf den einzelnen Satz kommen danach, da der Ring einschließlich der Drucktypen 222 bis 224 mm im Umfang mißt, 27½ bis 28 mm. Der Ueberdruck von je zwei Sätzen schwankt in der Länge von 55 bis 57 mm. Erklärlich werden die Differenzen dadurch, daß die preußische Staatsdruckerei eine große Anzahl von Silbergroschenringen hatte, welche unterschiedslos benutzt wurden. Bei allen Briefumschlägen der früheren deutschen Einzelstaaten ist die Farbe (besonders die Thurn und Taxis-Couverts mit lila Ueberdruck der ersten Ausgabe), die Länge und die Typengröße des Ueberdruckes (besonders die Mecklenburg-Schwerin- und Württemberg-Couverts mit großem Ueberdruck) für die Bewertung von erheblicher Bedeutung.

Der Ueberdruck befindet sich rechts über dem Wertstempel bei den Briefumschlägen von Preußen 1861, Hannover 1861, Sachsen 1862, Mecklenburg-Strelitz 1864, Oldenburg, Württemberg und Baden 1862, Lübeck 1864, Braunschweig 1865, Thurn und Taxis

1861, 1862 und 1866, links bei den Briefumschlägen von Preußen 1853 und 1857, Hannover 1858, Sachsen 1859, Mecklenburg-Strelitz 1856 bis 1866, Oldenburg 1860, Braunschweig 1852*), Baden 1858, Lübeck 1863.

Der Wertstempel wurde zeitweise von rechts nach links versetzt, damit der meist bequem auf der rechten Seite anzubringende, oft recht farbenschwere und häßliche Entwertungstempel das Markenporträt des Fürsten nicht treffe. Dagegen behagte dem Publikum diese Neuerung nicht, weil der auf der rechten Seite befindliche Markenstempel bei langen Adressen hinderlich war**). Die Versetzung des Wertstempels (und damit die des Ueberdruckes) geschah infolge der Beschlüsse des deutschen Postvereins im März 1861.

Quer durch den Wertstempel verläuft der Ueberdruck bei den Briefumschlägen des Deutschen Reiches 1872, des Norddeutschen Postbezirks 1868, von Preußen 1863 und 1865; von außerdeutschen Ländern hat Niederländisch Indien 1881 einen (schwarzen) dreizeiligen Ueberdruck auf den Briefumschlägen von 10 Cents.

p) Aufdruck.

Auf vielen Briefmarken und auf den Wertstempeln der Briefumschläge erblickt man mitunter einen Typenaufdruck, schwarz oder farbig, der aus verschiedenen Gründen hinzugefügt wurde.

Politische Veränderungen, Staatsumwälzungen, Verfassungsveränderungen, die auf anderen Gebieten Veränderungen hervorrufen, bewirken auch mitunter, daß die vorhandenen Bestände von Postwertzeichen andere Inschriften,

*) G. Lindenberg, Die Briefumschläge der deutschen Staaten. Heft 1. Braunschweig S. 17. Berlin 1893. Verlag von Dr. P. Brendide, jetzt P. Arckisch-Leipzig.

**) G. Lindenberg, Felh, Handbuch der Philatelie. Hannover S. 196.

andere Wappen und Wertbezeichnungen erhalten müssen, wenn sie verbraucht und nicht zwecklos vernichtet werden sollen. Das Eingehen der Thurn und Taxisschen Postverwaltung und der Posteinrichtungen der deutschen Einzelstaaten nach Aufrichtung des Norddeutschen Bundes 1866 war ein solcher Wechsel.

Die peruanischen Marken erhielten einen Ausdruck während der chilenischen Besetzung.

Die türkischen Marken der Ausgabe 1876 erhielten 1880 einen großen blauen Ausdruck R O (Ost-Rumelien).

Die Straits Settlements tragen den Ausdruck der Basallenstaaten Pahang, Johore (Sultanat auf der Halbinsel Malakka seit 1889), Selangor (Distrikt der britischen Besetzung), Sungei-Ujong (seit 1881), Perak (Malayenstaat auf der hinterindischen Halbinsel Malakka seit 1881).

Gibraltar, seit 1794 in englischem Besitz, benutzte zuerst seit 1886 Bermuda-Marken mit dem schwarzen Ausdruck, und führte erst später besondere Marken.

Briqualand-West, Distrikt der Kapkolonie seit 1871, gab 1877 bis 1880 Briefmarken vom Kap der guten Hoffnung aus mit Ausdruck G W (1877) oder G (1878); seit 1884 herrschen dort nur Marken der Kapkolonie. Das „große G“ hat etwa 12 Typen von 4 bis 7 mm Höhe, das „kleine g“ 5 Typen von 2 bis 3½ mm Höhe.

In Bangkok, Hauptstadt des Königreichs Siam, mit britisch-indischer Postagentur, wurden ebenfalls Briefmarken der Straits Settlements ausgegeben, die den schwarzen Ausdruck eines B tragen, seit 1882.

Auf den Marken von Britisch-Indien erschien seit 1885 der zweizeilige Ausdruck Nabha-State und an Stelle der Lokalmarken wurden auch britisch-indische Marken mit dem Ausdruck JHIND STATE in verschiedenen Druckunregelmäßigkeiten hergestellt; 1896 auch Zanzibar.

Zululand begnügte sich anfangs, d. h. in den Jahren 1888 bis 1892 mit britischen Marken, die den schwarzen



Philippinen.
1899. Aushilfsausgaben für Amerika.



Cuba.



Grossbritannien.
1900. Dienstmarke.



Deutsch China.
Postamt Cientsin



Deutsch China.
Marine-Feldpost Tsintanfort.



Spanien.
1898. Kriegssteuermarke.



1897. Deutsch Cogo.



Spanien.
1899. Kriegssteuermarke.

Übersichtstafel einiger häufiger vorkommenden Aufdrucke



1893. Benin.



1894. Benin.



1891. Nossi-Bé. Nachporto.

Französische Kolonien.



1895. Madagascar.
Franz. Besizung.



Surinam.
Holl. Kolonie.



Island. 8 auf 5 Kur.
1898. Rushillsmarke.



1895. Bulgarien
Rushillsausgabe.



1895. Samoa
1 1/2 d auf 2 p.



1894. Montenegro
Zeitungs-marke.

Übersichtstafel einiger häufiger vorkommenden Aufdrucke.

Ausdruck ZULULAND trugen; die endgültige Ausgabe in neuer Zeichnung mit kleiner Büste der Königin erschien 1894 bis 1896.

Es gibt aber auch einen anderen Grund, der die Postverwaltungen veranlaßte, den Marken eines bestimmten Wertes, welche selten oder nicht mehr zur Verwendung kommen, einen neuen Wertausdruck zu geben, der, vielleicht zugleich infolge Aenderung der Tarife, häufiger im Postverkehr gebraucht wurde. Es erhielten nämlich auf diese Weise große Restbestände von Marken einen schnellen Umsatz.

Zur Verhinderung von Agiotagegeschäften erhielten ferner in den deutschen Levantepostämtern (Konstantinopel, Jaffa) die Marken der deutschen Reichspost seit 1884 den Ausdruck der türkischen Währung, und ebenso 1893 die kursierenden Marken der deutschen Reichspost für Deutsch-Ostafrika den schwarzen Wertausdruck in afrikanischer Währung. (64 Pesa = 1 Rupie, 5 Pesa = 10 Pf.)

In gleicher Weise tragen die italienischen Marken für die italienischen Postämter im Orient den schwarzen Ausdruck ESTERO (Ausland), und die britischen Marken den Ausdruck der türkischen Währung:

40 Paras = 2 $\frac{1}{2}$ Pence (lila),

80 Paras = 5 Pence (see grün),

12 Piastrs = 2 $\frac{1}{2}$ Schilling (rötlich-lila).

Der erste bekannte Ausdruck ist die Bezeichnung Y (Interior) $\frac{1}{4}$ auf der Zweireales-Marke, die nur selten zur Verwendung gelangte, in Spanisch-Westindien, wo das Inlandporto für den einfachen Brief nur $\frac{1}{4}$ Real betrug. Somit galt die Zweirealesmarke nur noch $\frac{1}{4}$ Real*). Der Ausdruck bestand sogar aus 4 Teilen: Y $\frac{1}{4}$, nicht aus einem Handstempel Y $\frac{1}{4}$ und soll in 9 Typen vorhanden sein, die an 1606 Exemplaren statistisch nachgewiesen sind.

*) R. Friederich. Die Postwertzeichen Spaniens und seiner Kolonien. Berlin 1894. Tabelle Y $\frac{1}{4}$. Bd. II. S. 15 u. 16.

Vielfach wurde durch den Aufdruck die Bestimmung des Postwertzeichens geändert.

In Großbritannien werden die Briefmarken durch den Aufdruck „Gov^t Parcels“ zu Dienstpaketsmarken.

In Italien wurden die Dienstmarken (Wertziffer in liegendem Grund) durch blauen Aufdruck 1878 in Zeitungsmarken umgewandelt.

Stempelmarken werden mitunter zur Frankatur von Postsendungen benutzt und durch einen Aufdruck („Postage“ bei Natal und Grenada, „Stamp Duty“ bei Viktoria) als Briefmarken gekennzeichnet.

Gewöhnliche Briefmarken werden zu Dienstmarken umgestempelt durch einen Aufdruck („Service“ oder „Officiel“ bei Luxemburg, „O. S.“ bei Südastralien, „Gobierno“ bei Peru, „Sakari“ bei Haidarabad).

Die Cubamarken, welche in Portorico verwendet werden sollten, wurden zur Vermeidung von Agiotagegeschäften mit dem schwarzen Aufdruck eines Federzuges („Parafe“) versehen, und zwar 1873 bis 1876 in 4 Typen.

In Guatemala wurden die Eisenbahnmarken der Nordbahn zu 1 Peso als Briefmarken benutzt und erhielten den schwarzen Aufdruck „Correos Nacionales Guatemala“ 1886.

Alle diese angegebenen Arten des Aufdruckes verdanken mehr oder minder einem thatsächlichen „Bedürfnis“ ihre Entstehung. Nun gibt und gab es aber nicht nur Briefmarkenhändler, sondern sogar Regierungen, die das „dringende Bedürfnis“ empfanden, ihren bedrängten Kassen zu Hilfe zu kommen und das betreffende Manko den Taschen der Sammler zu entlocken. Es wurde ein angeblich dringender Bedarf erzeugt und vorgegeben, dieser oder jener Wert eines Briefmarkensatzes sei ausgegangen oder wurde absichtlich nicht wieder aus den Regierungsbeständen ergänzt, sondern als

fehlend bezeichnet und nun ein größerer Wert mit dem Ausdruck eines kleineren versehen oder umgekehrt; der umgekehrte Fall trat naturgemäß seltener ein, weil die kleinen Werte stets mehr begehrt sind*).

Es entstand ein förmliches Aufdruckunwesen.

Straits Settlements gaben 1867, Azoren und Madeira 1868, Aegypten 1872, Shanghai 1873, Bermuda 1874, Fidji-Inseln 1875 Aufdruckmarken aus. Unglaubliches leistete Peru in Aufdrucken. Als die Hauptstadt 1881 im chilenischen Kriege vom Feinde besetzt war, wurde der Aufdruck geändert. Gleichzeitig versah die aufständische Regierung in Arequipa dieselben noch mit dem weiteren Aufdruck „Arequipa“. Die siegreichen Chilenen versahen ihrerseits die Perumarken mit dem Handstempelwappen, so daß wir bei Peru 2 bis 3 verschiedenen Aufdrucken begegnen.

Eine besondere Art von offiziellem Aufdruck haben die Probemarken, welche die zum Weltpostverein gehörenden Staaten bei Einführung neuer Postwertzeichen behufs Orientierung einander zusenden. Diese Proben tragen den Aufdruck „Specimen“ oder „Cancelled“ oder „Prueba“, auch „Saggio“, „Muestra“; vielfach sind diese „Essais“ nicht zur Einführung tatsächlich gelangt, sondern haben nur in Sammler- und Händlerkreisen ein zweifelhaftes Dasein gefristet.

Specimen findet sich auf Neu-Süd-Wales-Marken 1888/89 und O.S. 1 Pence violett, 1 Schilling braunviolett; ferner diagonal aufgedruckt auf die 1 bis 20 Schillingwerte 1875 bis 1883 von Queensland, in Mucinebuchstaben auf den Werten 1, 2, 3 Pence 1889 von Westaustralien, in Rotdruck auf den Werten 1 bis 20 Cents der Dienstmarken (OFICIAL) 1886 von

*) Dem gleichen „Bedürfnis“ entsprang die Sucht, „Jubiläumsmarken“ erscheinen zu lassen, wie solche auf S. 78, 88 und 89 abgebildet sind. Fast jedes Ländchen hatte irgend ein Jubiläum.

Paraguay; es seien erwähnt die schöne Specimenkollektion 1, 2, 4, 6, 8, 12, 24, 48, 72, 96 Cents 1889 von Britisch-Guiana, ebenso die Werte $\frac{1}{2}$, 1, 2 Pence, 1 Schilling 1886 von Gambia, die farbenprächtige Reihe der Werte 2, 4, 8, 10, 13, 16, 48, 96 Cents der Seychellenmarken von 1890. „Cancelled“ findet sich auf den Mauritiusmarken 1863 bis 1872. Der Ausdruck der Ziffern und Wertveränderung grassiert besonders auf den Marken der englischen Kolonien.

Die Marken der deutschen Kolonien (Deutsch-Ost-Afrika 1893 und 1896, Deutsch-Südwest-Afrika 1897 und 1899, Kamerun 1897, Togo 1897, Deutsch-Neu-Guinea 1897, Deutsch-China 1898, Karolinen 1900, Marianen 1900, Marshallinseln 1897 und 1900, Samoa 1900) haben den schwarzen Ausdruck des Landesnamens; die neuen Marken erscheinen im Schiffstypus in den Werten 2 bis 80 Pfennig und 1, 2, 3, 5 Mark ohne Ausdruck, während die deutschen Postämter im Orient, in China und Marokko das Muster der Germania-Marken mit Ausdruck erhalten*).

*) Das deutsche Kolonialhaus (Bruno Antelmann) in Berlin führt alle deutschen Kolonialmarken als Spezialität.



Kamerun. Reichsdeutsche 2 Mark-Marke ohne Ausdruck mit dem Kamerun-Entwertungsstempel.



Abschnitt IV.

Hilfsmittel und Rüstzeug des Briefmarkensammlers.

Das Handwerkzeug des Briefmarkensammlers besteht aus Schere, Messer, Pinzette, Lupe, Fläschchen mit Gummiarabikum nebst Pinsel, einem flachen Glasgefäß oder einer Porzellanschale, wie die Liebhaberphotographen sie benutzen, einigen Schachteln und anderen schönen Dingen. Hinsichtlich des Gebrauchs desselben beziehungsweise der Behandlung der Marken thut man wohl, sich folgende Regeln zu merken.

Man suche seiner Sammlung nur echte und tadellos erhaltene Marken einzuverleiben. Der Verdruß über nachträglich als solche erwiesene Fälschungen, über billig erworbene Neudrucke und „lädirte“, „geflickte“ Marken, sogenannte Invaliden, kann einem die Freude am Sammeln ein für allemal verderben. Besitzt man falsche, so weise man ihnen einen besonderen Platz an und füge eine kleine Schilderung ihrer Kennzeichen bei. Um die auf Briefe geklebten Marken von anhaftendem Papier zu lösen, schneidet man sie zunächst mit einem etwa 5 mm breiten Rande aus und wirft sie mittels der Pinzette in ein Glasgefäß mit Wasser, das

Markenbild nach oben. Nach etwa zehn Minuten ist die Klebeschicht erweicht. Man holt nun die Ausschnitte wieder aus dem Wasser, löst die Marken vorsichtig ab, damit die gezähnten Ränder nicht etwa verletzt werden, befreit sie zwischen zwei Lagen von Löschpapier von dem anhaftenden Wasser und legt sie zum Trocknen, mit nach unten gefehrter Bildseite, auf ein Stück Papier. Marken, welche Wasserfarben enthalten oder auf gekreidetem Papier gedruckt sind (Rußland, Paraguay) dürfen mit Wasser nicht in Berührung kommen.

Zum Einkleben der Marken in das Album bedient man sich am zweckmäßigsten gummierter Papierstreifen (Scharniere), wie sie auf unserer Abbildung (S. 81) veranschaulicht sind. Zur Herstellung derselben gummiere man einen Bogen dünnes Papier, schneide es in 1 cm breite Streifen, falte diese in der Mitte zusammen und zerschneide sie in passend lange Stücke. Bei diesem Verfahren ist das Ablösen der Marken vom Papiere, wie es oben beschrieben wurde, entbehrlich, wenn sie nicht etwa beschmutzt oder beschädigt sind und deshalb einer besonderen Behandlung bedürfen. Die zum Umtausch bestimmten Dubletten werden nur ausgeschnitten und in einem besonderen Album aufbewahrt. Man klebt sie aber nicht ein, sondern schiebt sie unter Schleifen, mit denen man jede Seite des Albums in entsprechender Anzahl versieht. Diese Schleifen bestehen aus etwa 5 mm breiten Papierstreifen, die an beiden Enden mit Gummilösung bestrichen sind, mittels deren sie in das Buch befestigt werden und dann zur Aufnahme der Dubletten dienen, bis man deren zum Umtausch bedarf.

Zur Aufbewahrung von Dubletten zum Tauschverkehr und Einkauf sind auch sogenannte Markenaufbewahrungsbücher (Einstecksystem) zu empfehlen, die in Taschenformat und in Leinen gebunden für 80 Pf., ausziehbar d. h. leporelloartig und mit Seiden-

Griechenland.



1 Drachme. Stadion von Athen.



10 Drachmen. Akropolis von Athen.



2 Dr. Hermes.



20 Lepta. Vasenbild.



5 Dr. Siegesgöttin.



20 Lepta. Viergespann.



5 Lepta. Diskuswerfer.

Jubiläumsmarken zur Feier der Wiedereinführung
der olympischen Spiele 1896.

Belgien und Congo.



1890/07 Brüsseler Ausstellung. 1893 Sonntagsmarke. Brüsseler Ausstellung 1890/07



Hafenansicht.



Wasserfall.



1896. Negerboot.

1895/96. Paketpostmarken, zweisprachig

Belgische Sonntags-, Paketpost- und Congo-Marken.

papier zum Schutze der Marken durchschossen für 1 M. 50 Pf. von Gebrüder Senf in Leipzig zu beziehen sind.

Statt der selbstgefertigten Papierstreifen empfiehlt es sich, die zweckmäßigen, billigen, mit chemisch reinem

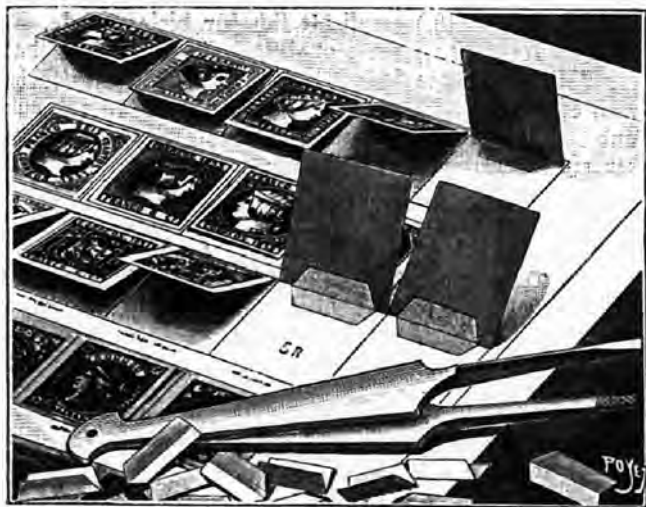


Das Handwerkzeug des Briefmarkensammlers.

Gummi bestrichenen Klebefalze der Fabrik Benrath und Franck in Gelbe Mühle bei Düren (Rheinland) zu benutzen. Um dieser Spezialität, dem chemisch rein gummierten Rollenpapier für Klebefalze, immer mehr Eingang zu verschaffen, werden drei Proberollen, jede 20 m lang,

1 cm breit, zu 4000 Klebefalzen ausreichend, abgegeben (innerhalb Deutschland und Oesterreich zu 1 Mark oder 1 Krone 20 Heller franko per Kreuzband).

Jede Rolle ruht in einer feinen gepreßten Metall-dose mit seitlichem Schlitze (D. R. G. M. 26163), aus welchem man nach Bedarf das endlose Band zur Her-



Gummierte Scharniere zum Aufkleben der Briefmarken.

stellung der Klebefalze von beliebiger Schenkellänge herauszieht. Jeder Sendung liegt eine leichtfaßliche Anleitung bei, wie man aus dem Rollenpapier in einer Minute fünfzig gebrauchsfertige rechtwinklig umgebogene Klebefalze von beliebiger Schenkellänge erzielen kann. Ferner werden ausgestanzte Klebefalze mit abgerundeten Ecken ausgegeben, hergestellt aus chemisch rein gummiertem Transparentpapier in folgenden Größen:

13×19 mm	per 1000 Stück	zu Mark	0,38,
15×22	" " "	" " "	0,40,
17×24	" " "	" " "	0,42,

die Preise für ausgestanzte Falze gelten ab Düren. Eine andere Firma, H. J. Dauth in Frankfurt a. M., liefert tausend Markenscharniere für 50 Pfennig. Auch das Bigenersche Klebpergament (Hofapotheker A. Bigener in Biebrich a. Rh.) empfiehlt sich für diese Zwecke.

Als Klebstoff verwende man weder Dextrin, das sauer wird und die schönsten Marken dadurch entfärbt, noch Stärke- oder Mehlkleister, der nicht andauernd hält und Milben zur Wohnstätte dient, noch etwa gar Leim, der ein Wiederablösen fast unmöglich macht, sondern nur bestes, gereinigtes, pulverisiertes Gummiarabikum, das öfters erneuert und durch heißes Wasser von Zeit zu Zeit leichtflüssig gemacht werden muß.

Ferner klebe man eine Marke niemals mit der ganzen Fläche der Rückseite in das Album ein, sondern begnüge sich damit, den oberen Rand leise zu bestreichen oder in der Mitte der Oberseite einen leichten Tupf anzubringen. Besser aber als alle Methoden, die Marke unmittelbar mit dem Album in Berührung zu bringen, ist das neue Verfahren, sämtliche Marken, groß und klein, gebraucht und ungebraucht, an Falze oder Fähnchen zu hängen und so einzukleben. Die Marken müssen an dem Falz festhängen, aber mit dem Falz doch so beweglich angebracht sein, daß ein leiser Hauch des Sammlers sie nach oben bläst, so daß sie alle aufrecht stehen und das Wasserzeichen, die Umrandung, die Gauffrage und sonstige Unterscheidungsmerkmale leicht und ohne besondere Umstände wahrgenommen werden können.

Das Gummiarabikum hat die gute Eigenschaft, daß es mitunter so spröde wird, daß ein Loslösen ohne Schwierigkeit erfolgen kann, ohne Bruch und Riß

der Marke; ferner läßt sich dieses Gummi leicht und sauber aufweichen, was bei den Leimarten nicht der Fall ist.

Wir wiederholen übersichtlich die Utensilien des Sammlers:

1. eine flache Porzellan- oder Glaswanne,
2. Klebefalze in Rollen,
3. eine Flasche mit aufgelöstem Gummiarabikum,
4. eine Schere,
5. ein Federmesser,
6. eine Pinzette,
7. Löschpapier,
8. eine Lupe,
9. ein Zähnungsschlüssel,
10. ein Millimetermaß,
11. eine mattgeschliffene Glasplatte, 20 □cm,
12. die amerikanische Farbenkarte.

Die Firma G. M. Schmidt in Lübeck stellt philatelistische Handwerkstaschen zum Verkauf. Der erfinderische Sinn des Sammlers wird aber wohl auch selbst leicht Wege finden, einen solchen Kasten geschickt zusammenzustellen. Eine große flache Cigarrenkiste leistet vorzügliche Dienste und wird sehr bald der Freund des Sammlers werden.

Vom Waschen und Kleben der Briefmarken.

Bevor die Marken in das Album geklebt werden, müssen sie gereinigt und von anhaftenden Papierresten befreit werden. Bei Ganzsachen und Marken auf ganzem Brief mit voller Briefadresse ist diese Prozedur weniger notwendig. Man befeuchtet am besten die Rückseite mit lauwarmem (nicht heißem) Wasser. Beim Vollbad ist große Vorsicht nötig. Wenn Marken „Farbe lassen“,

liegt dies an der Farbe, nicht am Papier. Die Farben der Marken Deutschlands, Rußlands, Belgiens, Oesterreichs, besonders die roten, färben ab. Die mittels Bleiweißpapier hergestellten Marken Norddeutschlands, Preußens zweite und dritte Emission, Schleswig-Holstein und Dänisch-Westindien waren wasserfest. Marken, welche in leicht löslichen Farben gedruckt sind oder Relief aufweisen, werden nur mit der Rückseite auf das Wasser gelegt, aber nicht untergetaucht. Alle anderen Marken können ein „Bollbad“ in einer mit reinem, lauwarmem Wasser gefüllten Porzellanschale oder auf einem flachen Teller erhalten. Nach wenigen Minuten sind die Marken durchfeuchtet und geben allen ihnen nicht zugehörigen Ballast willig ab; „gestickte“ Marken lösen sich freilich bei dieser hochnotpeinlichen Behandlung in ihre Bestandteile auf, sie gehen im wahren Sinne des Wortes „ent-zwei“ und die Wahrheit kommt ans Tageslicht.

Versuche, Entwertungsstempel zu entfernen, wurden oftmals unternommen, teils um allzu starke Stempel zu säubern und minder aufdringlich erscheinen zu lassen, teils um die Marken als ungebraucht passieren zu lassen und höhere Preise zu erzielen. Mit Benzin, absolutem Alkohol, Chloroform oder Terpentinöl läßt sich manches erreichen, jedoch ist diese „Markenwäsche“ meist mit dem Verlust von Farbe und Substanz verknüpft und bei ernstern Sammlern wegen des Verdachtes versuchter Täuschung stark verpönt.

Der Briefmarkensammler hat sich aber nicht nur mit dem Markenbad und dem Einkleben zu beschäftigen, sondern mitunter auch mit der Fleckenreinigung. Einige praktische Mittel zur Beseitigung von Flecken aus Briefmarken seien hier angegeben. Del- und Fettflecke aus Marken und Ganzsachen entfernt man dadurch, daß man die Oberfläche derselben mit Benzol

tränkt und Boluspulver darauf streut. Dieser eingefressene Fleck entfernt man dadurch, daß man das Boluspulver fest andrückt, mit Löschpapier bedeckt und das Fett durch Plätten mit einem heißen Plätteisen schnell und vorsichtig herauszieht. Man kann auch die fettgetränkte Stelle mit einer Mischung von kohlensaurer Magnesia und Aether oder Benzin bestreichen. Das Benzin saugt das Fett auf, verdunstet bald und läßt das Fett in der Magnesia zurück, die leicht abgestäubt werden kann. Dies Reinigungsverfahren wird auf der Rückseite der Marke angewendet, damit diese selbst nicht leidet.

Bei Briefumschlägen, die das Postwertzeichen auf der Patte haben, wie die türkischen, russischen, finnischen und die Registered-Couvert's der englischen Kolonien, kommt es vor, daß der Wertstempel völlig mit Siegellack obliteriert ist. Diesen entfernt man dadurch, daß man die ganze Patte mehrere Stunden in Alkohol liegen läßt und den Lack zur Auflösung bringt.

Der Sammler kennt ferner nicht nur eine Bade- und eine Fleckenreinigungsanstalt, sondern auch eine Markenheilstätte, die „Markenklinik“. Mit staunenswerter Gewandtheit und mit sachmännischer Geschicklichkeit werden lädierte Marken ergänzt durch Austausch oder „Einsetzen neuer Zähne“; aus einer gesunden minderwertigen Marke wird ein Porträt, eine Ecke, eine Perforierung abgeschnitten und der frankten, wertvollen Marke angefügt; der Buchbinder, der Anstreicher, der Künstler vereinigen sich hier, um aus einer „Invaliden-Marke“ eine Karität zu machen. Die Markenklinik des Restaurators und Porträtmalers H. Lindner in Wilmersdorf bei Berlin arbeitet an und für sich nicht übel. Solange dergleichen geschickte Reparaturen als solche gekennzeichnet und mit „lädiert“ bezeichnet werden, läßt sich gegen dergleichen Flickmethoden und

gegen Verschönerungsinstitute nichts sagen; nur muß verhindert werden, daß lädierte, geflickte, getuschte, gewaschene Marken ohne Kennzeichnung in andere Hände übergehen, da sonst der Versuch zu täuschen und schlimmer Verdacht nicht ausgeschlossen ist. Man erkennt solche Reparaturen meist daran, daß sie „wasserscheu“ sind.



100 Dollar.

1895. Zeitungsmarke der Vereinigten Staaten von Amerika.



Abschnitt V.

Sammlungen und Alben.

Grundsätze für das Sammeln von Briefmarken.

Da unsere Liebhaberei nicht ein leeres Gefäß nach Besitz sein soll, und wir nicht sammeln sollen

„Wie die Raben,
Nur zu haben,“

so ist auch hier der Ort, die Grundsätze zu erörtern, nach denen zu sammeln ist. Wie es nun aber viele Wege gibt, die nach Rom führen, und die verschiedensten Lebensregeln fest und sicher durchgeführt, auf die Bahn der einzigen und ewigen Tugend leiten, so sind auch die hier aufzustellenden Grundsätze nicht allein maßgebend; jeder ernste Sammler muß aber zu ihnen mit einem festen „Ja“ oder „Nein“ Stellung nehmen. Und da treten denn besonders folgende wichtige Fragen an den Sammler heran.

a) Gebrauchte oder ungebrauchte?

Ein Postwertzeichen ist, wie eine Münze, wie eine Urkunde, wie ein Autograph, ein beachtenswertes Stück

1895 Portugal. Antonius-Ausgabe.



2 1/2 Reis.



5 Reis.



Do lado do lado :6 se escreve a direção.

Postkarte. Darstellungen aus dem Leben des St. Antonius von Padua.

1898 British-Guiana.



1 C. Berg Roraima.



2 C. Kaitum-Wasserfall.

Jubiläums-Marken.

1894. San Marino.



1894. San Marino.



1894. San Marino.



1897. Peru.



1897. Peru.

Brücke.



1897. Peru.



5 C. Präsident.

2 C. Postgebäude.

Gedenkreimarken zur Einweihung des neuen Postgebäudes in Lima.

Jubiläums-Marken.

Kulturgeschichte. Je mehr ein solches Stück die Spuren der Echtheit, die Merkmale beglaubigter Verwendung im Dienste der Menschheit an sich trägt, um so höher wird es geachtet, um so mehr geschätzt, abgesehen von seinem realen Stoffwert (Metallwert, Papiersorte, Pergament u. s. w.).

Wenn uns an einem Postwertzeichen nichts anderes als die Schönheit der Farbe, die Sorgfalt der Ausführung, das Kunstwerk als solches eine Freude bereitet, die durch den Entwertungstempel etwa für immer zerstört werden würde, wie ein Kupferstich durch einen Klecks oder ein Delgemälde durch einen unsanften Pinselstrich, so würde das Sammeln von Postwertzeichen gleichwertig sein mit dem Sammeln von Delgemälden und Kupferstichen. Diesen Vergleich hält aber ein Postwertzeichen nicht aus, weil trotz aller Sorgfalt selbst der Schöpfer des Markenoriginals im allgemeinen demselben nicht die Bedeutung beimißt, wie einem Kupferstich, und wenn auch eine große Zahl von Marken geradezu Kunstwerke sind, so wäre es doch eine Verirrung des Kunstdruckes, wenn er seine beste Kraft auf die Herstellung von Postwertzeichen vergeudete, welche nur vorübergehenden, rein praktischen Zwecken zu dienen bestimmt und nur unter diesen Gesichtspunkten zu betrachten sind.

„Ungebrauchte“ Marken zu sammeln ist teuer, sehr teuer, und wenn nur einige Länder „komplett“ gemacht werden sollen, viel zu teuer, als daß eine größere Zahl von Sammlern ein sonst lebenskräftiges Kapital zu einem toten zu machen veranlaßt werden sollten. Das keiner Wertversicherung zugängliche, bedeutungslose Material wird durch einen eingebildeten, mit seinem künstlerischen Wert meist in gar keinem Verhältnis stehenden Liebhaberwert zu einer Bedeutung künstlich hinaufgeschraubt, wie es höchstens bei Autographen erster Staatsmänner und

Fürsten, bei Urkunden von weltgeschichtlicher Bedeutung, bei Handzeichnungen erster Meister der Fall ist. Diese Abnormität der Geistesrichtung ist zwar gerade das Wesen der Liebhaberei, welche für den Gegenstand der Neigung bereitwilligst Tausende opfert, ein Sport, aber bei dem Durchschnittsmenschen nur Bewunderung erregt, sicherlich nicht Bewunderung!

Mit Fug und Recht wendet sich übrigens neuerdings die Sammelthätigkeit daher den oft die Echtheit der Marke allein bezeugenden Entwertungstempeln zu und man hat mit vollem Ernst schon daran gedacht, auch Vereine für „Sammler von Entwertungstempeln“ zu gründen. Einige wertvollere Entwertungstempel, die nur an wenigen Tagen an berühmten Orten oder bei seltenen Gelegenheiten zur Verwendung gelangt sind, zeigen unsere Abbildungen auf Seite 92.

b) Ganzsachen oder Quadratausschnitte?

Es gab eine Zeit, — und die ist noch nicht längst verflissen — in der niemand daran dachte, einen solchen Aufwand mit der Aufbewahrung der ganzen Briefumschläge, Postkarten und Postanweisungen zu machen, wie es heutzutage geschieht. In ziemlich sorgfältig gehaltenen Sammlungen aus den siebziger Jahren sieht man die Kreisrunden und ovalen Couvertmarken von Preußen, Braunschweig, Oldenburg, Hannover fein säuberlich „rund ausgeschnitten“, dann begannen einige Sammler damit, diese Couvertmarken im Viereck auszuschnneiden als „Quadratausschnitte“; letztere erblickte man bisher in besseren Sammlungen mit einer überschießenden Umfassung von mindestens $\frac{1}{2}$ cm Papierbreite, so daß der links oder rechts befindliche, kleine oder große Ueberdruck untrüglich erkannt werden konnte. Die größeren Sammler haben sich jedoch entschlossen,

sich aller Quadratausschnitte zu entledigen, nur „Ganzsachen“ zu sammeln und für dieselben ein besonderes Album anzulegen, so daß auch die Albenherausgeber sich damit befreundet haben, wie es U. Larisch im Koepp-



Kiel-Holtenau. Eröffnung des Nord-Ostseekanals am 20. 6. 1895.



Berlin, W. Reichstag 27. 2. 1894.



Ausland-Transit-Stempel.



Feldpost-Stempel 26. 6. 1871.

Album bereits 1886 gethan hat, die Ganzsachen von den Marken zu trennen und für jeden dieser Sammelzweige einen besonderen Band anzulegen und die Quadratausschnitte aus den Permanentvordruckalben zu entfernen. Auch hier zeigt sich die Notwendigkeit der

Arbeitsteilung und der Beschränkung auf kleinere, engere Kreise.

Auf dem Gebiete der Ganzsachen zu einer annähernden Vollständigkeit zu gelangen, dürfte um so unwahrscheinlicher sein, als die Handbücher darüber noch nicht ausreichende Auskunft erteilen, und als die Preise hier viel bedeutender schwanken als bei den Marken.

Bahnbrechend wirkten auf diesem Gebiet die in methodischer Behandlung durchgeführten Monographien des Landgerichtsdirektors (früheren sachverständigen Beirats der Sammlungen des Reichspostmuseums) C. Lindenbergs: „Die Briefumschläge der deutschen Staaten“.

Freilich ist versucht worden, auch die Ganzsachen zu ordnen, zu registrieren und zu bewerten und für sie getrennte Alben herauszugeben; P. Viechow in Berlin hat das Verdienst, den ersten Ganzsachenkatalog verfaßt zu haben, in welchem die Größe und die Inschrift eines jeden Stückes nach mühsamer Arbeit sorgfältig angegeben ist (Handbuch der Philatelie. 2. Teil. Berlin 1882), aber bei dem sinkenden Interesse für die „raumsfressenden Ganzsachen“ sind diese Handbücher nicht erneuert und bis auf die Neuzeit ergänzt worden.

c) Aufdruckmarken.

Da den Regierungen die Stahlstempel im Original ziemlich teuer zu stehen kommen, der Vorrat der einzelnen Markengattungen aber nicht immer mit dem Verbrauch gleichen Schritt hielt, auch landschaftliche Unterschiede charakteristische Merkmale erfordern, so ist man seit etwa 1878 zu dem Aushilfsmittel des „Aufdruckes“ gelangt, wie in anderem Zusammenhange bereits auf Seite 68 hervorgehoben wurde.

Die deutschen Reichsmarken der „Deutschen Post“

in Konstantinopel tragen den schwarzen, früher blauen Ausdruck auf die entsprechenden Werte: „10 Para“ auf 5 Pfg., 20 Para auf 10 Pfg., 1 Piaſter auf 20 Pfg., 2 $\frac{1}{2}$ Piaſter auf 50 Pfg.

Die franzöſiſchen Marken zeigen den ſchwarzen Ausdruck Martinique 01 und 5 auf 20 Ets., oder A(nam) und T(onkin), oder GAB(un) 5 und 25 auf 20 Ets., oder auf den Levante-Marken den roten Ausdruck 1 Piaſtres auf 25 Ets., 3 Piaſtres auf 75 Ets., 4 Piaſtres auf 1 Franken u. ſ. w.

Am meiſten „graffiert“ nun aber das Ausdrucks-unweſen auf den engliſchen Kolonialmarken, wo die einzelnen ſouveränen Staaten „Cyprus“, „Chamba“, „Berak“, „Johor“, „Britiſch Bechuanaland“ im Ausdruck erſcheinen, ferner Wertveränderungen angegeben ſind (Hongkong 20 Cents auf 30 Cents, 1 Dollar auf 90 Cents, Mauritius 8 Cents auf two pence, 13 Cents auf three pence, 17 Cents auf four pence, half penny auf ten pence, 50 Cents auf one shilling, St. Vincent 2 $\frac{1}{2}$ pence auf one penny), alſo mit nicht entſprechenden Werten und nicht entſprechenden Münzgattungen.

Portugal begnügte ſich, die „Açores“ durch großen und kleinen Ausdruck als ſein Eigentum zu kennzeichnen.

Der bulgariſche Löwe erſcheint in ſchwarzem Ausdruck auf den Marken der autonomen türkiſchen Provinz Oſt-Rumelien (Roumelie orientale) ſeit dem 24. September 1885, aber auch als „blauer“ und zugleich auch als „ſchwarzer“ Löwe.

Luxemburg hat in 2 Typen ſeinen Ausdruck „S. P.“ („Service poſta“ und „Officiel“) in mehreren Typen; Oſt-Indien „Service“ und On H. S. M. d. h. On H(er) M(ajesty) S(ervice). Britiſch-Bechuanaland findet ſich ſowohl auf Marken des Mutterlandes wie auf Kapmarken.

Gebietspezialisierungen zeigen Buchstaben an in:

G (Griqualand) auf Marken vom Kap der guten Hoffnung (rot und schwarz), B (Bangkok) auf Straits-Settlements für Siam geltend.

Eine wahre crux hat den Philatelisten aber die Republik Peru bereitet mit den Ausdrücken in verschiedenen Farben: „Franca“, „Peru“, „Lima“, Chile-Wappen, Hufeisen, Dreieck u. s. w. Diese Peru-Ausdrücke zu sammeln, ist beinahe so schwierig, wie die Kenntnis aller russischen Ruralmarken.

Es gibt Sammler, die sich grundsätzlich von allen Ausdrucksmarken fernhalten und keine provisorisch verausgabten Marken sammeln. Auch hier entscheiden allein Geschmack und Neigung.

d) Neudrucke.

Wie ein Kupferstichsammler, ein Exlibris-sammler oder ein Bücherliebhaber nicht nur Originale sammelt, sondern, falls die Originale schwer oder nicht erreichbar sind und einen allzu hohen Wert haben, den der Sammler nicht anlegen kann und will, auch gute Nachahmungen, Neudrucke, Reproduktionen nach den alten Platten in seine Sammlung aufnimmt, so wird sich auch der Briefmarkensammler hin und wieder mit dem Neudruck eines seltenen Originals begnügen müssen. Nur ist es nötig und ratsam, die Neudrucke als solche (mit N) zu kennzeichnen, nur offizielle Neudrucke aufzunehmen, nicht private d. h. solche, die durch Händler von unbrauchbar gemachten, regierungsseitig verkauften oder entwendeten Originalstempeln hergestellt und als echt verkauft werden. Solche Neudrucke, vor deren Erwerb und Einfügung gewarnt werden soll, sind die von Helgoland, Bergedorf, Transvaal, Kirchenstaat 1868,

Sardinien 5, 20, 40 Cts. der drei letzten Ausgaben, Rumänien 1865 *).

Einen amtlichen Nachdruck haben Sardinien 1855 in sämtlichen Werten und Elsaß-Lothringen zu verzeichnen; diese sind für Sammler ohne jeden Wert, und es müssen dergleichen Ersatzmittel nur mit Vorsicht verwendet werden: der Anfänger wird irre geführt und der fortgeschrittenere Sammler bedarf ihrer nicht mehr.

e) Die Hamilton-Marken.

Am 27. März 1889 schloß die Postverwaltung der mittelamerikanischen Republik San Salvador mit der Hamilton-Banknote and Printing Co. in New-York einen Vertrag ab, wonach die Gesellschaft sich verpflichtete, für die nächsten 10 Jahre die Postwertzeichen unentgeltlich zu liefern, und zwar in jedem Jahre 1 500 000 Marken zu 1 Cents bis 1 Dollar und Ganzsachen, in jedem Jahre in anderer Zeichnung; die Restbestände und das Neudrucksrecht verblieb der Gesellschaft. — Nach solchem Vertrage erhielten auch die Republiken Costarica, Nicaragua, 1890, 1891, 1892, 1893, 1894, 1895, 1896, 1897, 1898, Ecuador, 1892, 1893/94, 1894, 1895, 1896 (Jubiläum zur Feier des Wahlsieges vom 6. März 1845), Honduras (1890 bis 1895) Jahr für Jahr die schönsten Marken in herrlichsten Typen. Welch reicher Segen strömte auf die Sammler herab!

Glücklicherweise ist der Urheber N. Seebek am 23. Juni 1899 gestorben und sein Gedanke hat sich überlebt. Die Sammler haben sich totgekauft!

*) Vergl. A. Wülbern, Die Postwertzeichen Helgolands und Dr. F. Kaldhoff, Verzeichnis aller bekannten Neudrucke staatlicher Postwertzeichen. Leipzig 1892.

Das Anlegen einer Briefmarkensammlung.

Wenn ein Anfänger nicht in der glücklichen Lage ist, einen Stamm häufig vorkommender, gut erhaltener Marken geschenkt zu erhalten, entweder von einem älteren Sammler oder von den Eltern zu Weihnachten oder bei einer sonstigen Gelegenheit, so ist ihm zu empfehlen, von den preiswerten Angeboten der Händler anfangs Gebrauch zu machen, welche 150 verschiedene Marken für 1 Mark, 300 für 3 Mark, 500 für 10 Mark, 100 überseeische für 3 Mark, 1000 verschiedene, gut erhaltene Marken (ohne Privatmarken, ohne Stempelmarken und ohne Couvertauschnitte) für 25 Mark liefern. Auch empfiehlt es sich, von einigen Ländern (60 Spanier für 1 Mark, 25 Portugiesen für 1,50 Mark, 19 Helgoländer für 2 Mark, 15 Japaner für 1 Mark, 12 Bulgaren für 60 Pfennig) sogenannte ganze Sätze von 4 bis 6 Stück auf einmal zu erwerben, da man beim Einzelkauf durchschnittlich schlechter fährt.

Wenn man bisher die Anschaffung eines „Handbuches“ zunächst für durchaus nötig hielt (Moschkau, Friedl, B. Liebow, F. Meyer, J. B. Moens, Lindenberg), so ist dies für den vorgeschritteneren Sammler auch jetzt noch gültig, und das umfangreichste und inhaltreichste Handbuch ist dann das beste; dem Anfänger genügen aber die Vordruckalben, welche nicht nur leere Markenfelder enthalten, sondern in dem begleitenden Text eine ausreichende Belehrung bieten. Dazu kommt, daß jeder Jünger der Philatelie eher und lieber und länger bei dem Vorn praktischer Bethätigung des Sammelns verweilen wird, als bei der „grauen Theorie“ des Handbuchstudiums.

In einem Vordruckalbum dürfen natürlich die statistisch-geographischen, geschichtlichen und heraldischen Vorbemerkungen nicht ungelesen bleiben; denn ohne eine

sorgfältige Vergleichung der erworbenen Schätze mit dem begleitenden Text würde das Sammeln nur eine Augenweide ohne tieferen Sinn bleiben.

Um das lästige, zeitraubende, häufig Lust und Liebe am Sammeln zerstörende Umkleben der Marken aus einem unbrauchbar gemachten Album in ein besseres zu vermeiden, beachte man folgende Gesichtspunkte:

a) Man befreie jede Marke vorsichtig von Papierresten und entstellenden Anhängseln durch ein kurzes Wasserbad.

b) Man wähle nur Marken, deren Umrandung unverfehrt ist, damit Durchstich, Schnitt, Zählung, Entfernung von der Nachbarmarke des Originalbogens klar hervortreten.

c) Man klebe die Marken nie gänzlich fest, sondern entweder durch Bestreichen oder Betupfen mit einer nicht völlig gesättigten Lösung von reinem Gummiarabicum in der Mitte am oberen Rande oder wähle die vorhergenannten Klebefalze („Markenscharniere“), die ein Herauslösen ohne Beschädigung behufs Austausches mit besseren Exemplaren leicht ermöglichen. Ganze Kapitalien hat schon die Nachlässigkeit und falsche Behandlung in dieser Beziehung vernichtet.

d) Man wähle, wenn man ein „Gebrauchtsammler“ ist d. h. nur abgestempelte Marken sammelt, nur solche Marken, welche die Abstempelung klar und deutlich, völlig ausgeprägt, nicht verwischt und farblos zeigen.

Deutsche Marken mit dem Stempel von Jaffa oder Konstantinopel, von der Jubiläums-Kunstausstellung in Berlin 1896 oder ähnlichen Tagesanlässen gewinnen erst an Wert durch die Klarheit der Abstempelung. Wo natürlich, wie bei Peru, Nicaragua und den Vereinigten Staaten von Amerika, Stempel über die Marke hinfahren, die eher einem angefohlten Korken gleichen, sind die farblosesten Abstempelungen freilich die besten.

e) Das Einkleben selbst erfolge mit großer Sorgfalt und Sauberkeit. Dazu gehört, daß jede Marke an ihren unwiderruflich richtigen Platz gelangt, „militärisch ausgerichtet“ mit den Nachbarn, wodurch dem Auge eine Freude bereitet wird. Damit ist nicht gesagt, daß einige Zwerge (England $\frac{1}{2}$ Penny, Viktoria $\frac{1}{2}$ Penny) und einige Riesen (Peru, England 1 und 5 Pfund Sterling, Frankreich 5 Franken) aus der Reihe nicht heraustreten könnten.

f) Man klebe nur unbedingt echte Exemplare ein und lasse alle Nachahmungen, Photographien, sogenannte Kunst- und Gratisbeigaben hinaus; lasse zweifelhafte, unsichere Kantonisten bei einer Markenprüfungsstelle prüfen und als geprüft beglaubigen!

g) Man wähle nur Marken, die in der Farbe und Zeichnung klar sind, weder durch Schmutz und Fett, noch durch Papierfäulnis und Stockflecke verunreinigt, durch Sonnenlicht und sonstige chemische Eingriffe gelitten haben und in der Farbe verblaßt oder ausgebleicht sind, wie es bei den in den Schaukästen der Händler vielfach zum Kauf angebotenen Exemplaren der Fall ist.

h) Beschädigte Exemplare von Seltenheiten, die aus- hilfsweise an den Platz der guten eingeschoben werden, bessere man durch Seidenpapier und geschicktes Betuschen mit einigen Federzügen aus, nicht um sich und andere zu täuschen, sondern um auch hier dem Auge des Beschauers keine Störung zu bereiten.

i) Bei der Anwendung von weichem Radiergummi behufs Entfernung vereinzelter Schmutzflecke oder bei Benutzung von Kleesalz (oxalsaurem Kali) zum Entfernen von Tinten- und Rostflecken verfare man vorsichtig: Mit dem Gummi darf nur von einer Seite gestrichen werden, nicht hin und her, weil sonst die Marke Gefahr läuft, zerrissen zu werden; mit dem Kleesalz darf nur leicht hin und wirklich Geschwärztes gestrichen wer-

den, weil sonst nicht ein Bleichen, sondern ein Gelbwerden erzielt wird.

k) Man klebe Marken nur auf ihren richtigen Platz: Doubletten in das Doublettenheft, Nüancen, Fehldrucke, Entwertungstempel, vorzüglich in der Umrandung erhaltene Sonderlinge, sowie Rand- und Blockstücke in einen Nachtrag oder an den Fuß des Blattes, nicht etwa auf oder neben den Text des Albums.

l) Auf Wasserzeichen im Papier ist zu achten. Sorgfältige Sammler befestigen dergleichen Marken an einem längeren Markenscharnier oder schneiden in die Unterlage ein Quadratfensterchen, welches mit der Marke verklebt wird und beim Umblättern das Wasserzeichen deutlich erkennen läßt.

m) Die Reinigung der Marke ist nötig, um auch andere Merkmale der Rückseite erkennen zu können z. B. das Posthorn bei den neueren Schweden, die Gaufrage bei den Vereinigten Staaten von Nordamerika vom März 1867, bei Spaniern 1875, Mexiko 1872.

Die Briefmarkenalben.

Unter den Sammelbüchern, welche zur Aufnahme der Postwertzeichen verwendet werden, sind die sogenannten Borddruckalben die gangbarsten und beliebtesten. Mit Recht beliebt und geeignet, den Sammeleifer zu fördern, sind sie freilich nur, solange sich die Sammlung in bestimmten, engen, vorgeschriebenen Grenzen bewegt und der Sammler sich die durch das Album ihm auferlegte Fessel gefallen läßt oder dieselbe als eine solche nicht empfindet. Für Sammler, welche aus dem Anfängerstadium herausgetreten sind und über 2- bis 3000 Marken besitzen, bilden die Borddruckalben eine geeignete Anregung, einzelne Länder „komplett“ zu machen. Die in

Schwarzdruck ausgeführten und in ausreichender Anzahl vorgeführten „Typen“ jedes Landes geben dem Sammler eine meist sichere Richtschnur und werden von diesem sobald als möglich durch die Originalmarken überklebt und ersetzt, so daß auf der durch Schwarzdrucke und klaffende Lücken entstellten Seite bald ein farbenreiches, das Auge erfreuendes Bild sich darbietet. Der Zwang, den die Borddruckalben ausüben, besteht darin, daß der Sammler sich genötigt sieht, den Ansichten des Albumherausgebers überall zu folgen, welcher hier eine neue Nuance aufstellt, dort eine neue Erscheinung noch nicht bringen kann, an anderer Stelle eine nie offiziell postalisch verwendete Stempelmarke als existierend aufgenommen zu sehen wünscht. Da sich der Begriff der Sammelbarkeit einiger Marken schwer feststellen läßt und die Freiheit der Bewegung jedem größeren Sammler erwünscht bleiben wird, so wird trotz aller Verbesserungen, Ergänzungen, Nachträge und Einsatzblätter die Sammlung eines größeren, über das Schablonenhafte hinausgehenden Sammlers sich nicht in einem Borddruckalbum vollkommen unterbringen lassen. Es haben daher die größeren Sammler meist ein nach eigenen Ideen angelegtes Sammelbuch, Kartons oder Tafeln d. h. die sogenannten Permanentalben. Trotzdem ist für den Durchschnittssammler ein Borddruckalbum zu empfehlen.

Ein unbedingter Anhänger der Borddruckalben, Landgerichtsdirektor C. Lindenberg in Berlin, schrieb in der vom Verfasser herausgegebenen illustrierten Fachzeitschrift „Der Sammler“ (Berlin 1887, jetzt A. Engel in Friedrichshagen) VIII Nr. 23, S. 370, darüber folgende noch heute beherzigende Auseinandersetzungen.

Borddruckalben sind Sammelbücher, die ein Feld für jedes einzelne zu sammelnde Postwertzeichen haben, also genau vorschreiben, welche Stücke zu sammeln sind. Für

die große Mehrzahl aller Briefmarkensammler sind dergleichen Vordruckalben einerseits ausreichend, andererseits geradezu notwendig. Die selbst angelegten Sammelbücher mögen für sehr bedeutende, vorgeschrittene Sammler oder für Spezialitätensammler ihre Vorzüge haben, die Mehrzahl der Sammler wird jedoch weder Zeit, noch Geduld, noch Geschick haben, um sich ein geschmackvolles Sammelbuch selbst anzulegen. Und nichts ist weniger ansprechend, als ein unüberlegt angeordnetes oder nachlässig durchgeführtes System eines Privatsammelbuches. Ich habe Gelegenheit gehabt, viel derartige Sammelbücher zu sehen; unter ihnen war selten eines, was nur annähernd so gut ausgesehen hätte, wie ein Vordruckalbum. Und was das Schlimmste ist: die Besitzer sind durchgängig selbst nach kurzer Zeit mit dem Album unzufrieden; sie merken hier und da Fehler in der Anlage, Versehen in der Anordnung, es mißglückt ihnen ein Handgriff, ein Federstrich verwischt sich — das alles verleidet ihnen bald die Arbeit. Letztere schreitet nebenbei nur langsam fort, der Sammler muß unendliche Zeit auf seine Anlage verwenden; die besten Mußestunden, in denen er in seiner Liebhaberei weiterstrebend, sich belehrend, thätig sein könnte, gehen auf mechanische Beschäftigungen hin, und der bei den meisten Sammlern nur schwache Faden der Geduld reißt oft; und je öfter, je länger dauert seine Verknüpfung. Da lobe ich mir das Vordruckalbum; das liegt sauber und geschmackvoll vor mir, es ist überall fertig, und wenn ich es aufschlage, kann ich mit Lust, Liebe und Feuereifer mich mitten in die Philatelie stürzen, kann einordnen, studieren, blättern und arbeiten nach Herzenslust.

Ja aber, höre ich mir entgegen, alle Vordruckalben sind im höchsten Grade vergänglich, sie werden nach kurzer Zeit unbrauchbar, während jedes privatim angelegte Sammelbuch erweitert werden kann, mithin per-

manent bleibt. Permanentalbum! Ich muß immer lächeln, wenn ich dieses Wort höre. Was ist denn permanent heutzutage in unserer raschlebigen Zeit, in unseren rennpferdmäßig dahinjagenden Verhältnissen? Was ist permanent in unserer Liebhaberei, die wie kaum eine andere unter dem Banne der in stets überraschenden Sprüngen sich entwickelnden Verkehrsverhältnisse steht? Wer hat in seinem Permanentalbum vor fünf Jahren Platz genug gelassen für die Hunderte von peruanischen Marken, die inzwischen entstanden sind, wer hat Seiten offen gelassen für Betschuanaland, die Neue Republik, die Tongainseln? Da hört alle Berechnung, alle Permanenz auf; ein paar Ergänzungsblätter mehr oder weniger, darauf kommt gar nichts an: Die Falze, wie die überzähligen Blätter, sie sitzen doch immer an der unrichtigen Stelle! Will man von einem Permanentalbum reden, dann muß dasselbe schon aus lauter losen Blättern bestehen. Man hat sich mehrfach bemüht, derartige aus losen Blättern zusammengestellte Sammelbücher durch sinnreiche Hestvorrichtungen in Buchform zusammenzuhalten; solche Bücher aber haben sich noch nicht bewährt und können sich meines Erachtens bei einem starken Gebrauch trotz ihrer Massigkeit und Schwerefälligkeit nicht bewähren. Ich wiederhole, daß ich hier nur vom Durchschnittssammler spreche, möchte aber diejenigen Sammler, die auf ihre 5- bis 6000 Stück Marken stolz sind, bitten, sich noch zu diesem Durchschnitt zu rechnen.

„Der Sammler ist der Sklave seines Albums“. Das ist richtig, und man muß auch zugeben, daß dieser Satz auf die Borddruckalben weit mehr paßt, als auf die selbstangelegten Sammelbücher, bei denen umgekehrt die Gefahr der Eigenmächtigkeit, mithin der unbeschränkten Willkür im Vordergrund steht. Etwas Sklaverei trägt der Mensch gern und willig; es darf nur nicht zu viel

sein! Und dafür, daß die Herrschaft, die unser Album über uns ausübt, nicht willkürlich, nicht ungerecht, nicht unzeitgemäß sei, kämpfen ja eben alle diejenigen, die eine mehr oder minder durchgreifende Reform der Sammelbücher anstreben, der Theoretiker sowohl, wie ich, der Praktiker, der im übrigen seine Anforderungen an ein gutes Bordruckalbum möglichst kurz formulieren will.

1. Format. Früher hatten bei uns, wie auch jetzt noch in England, Frankreich und Belgien vielfach die Briefmarkenalben ein langgestrecktes Querfolioformat; jetzt wird in Deutschland überall ein Hochfolioformat angewendet, das bei einzelnen Alben über das gewöhnliche Maß hinausgeht. Ich bin für nicht zu großes Format und möchte beinahe dem Querfolioformat den Vorzug geben, welches gestattet, Emissionen, die aus 8 bis 10 Marken bestehen, in eine Reihe zu bringen. Jedenfalls wäre es wünschenswert, für die einzelnen Stufen der Sammler verschiedene Alben in verschiedenen Formaten zu schaffen. Da ist zunächst der Schulknabe. Er hat nur wenig Verständnis für die Philatelie. Sein Streben geht dahin, von jedem Lande möglichst eine Marke zu erhalten. „Ich habe noch keine Bulgarien“, „mir fehlt noch eine Rumänien“, — so hört man sie ihre Wünsche äußern. Für sie genügt ein Sammelbuch in kleinstem Maßstabe; ein Oktavband wird all ihren Anforderungen zu entsprechen vermögen.

Bricht sich das Sammeltalent Bahn, wird die Liebhaberei über die Quinta hinaus fortgesetzt, dann ist es Zeit, ein größeres Album mit ordentlichen Markensfeldern zu kaufen; aber ob die Marke gezähnt oder durchstochen ist, ob sie ein CA oder ein CC als Wasserzeichen hat, das sichts den jungen Philatelisten nicht an; er wird in einem bescheidenen Bändchen seine Schätze schon unterbringen, und man wird ihn nur verwirren und abschrecken, wenn

man ihm die Details, die uns alte Sammler beschäftigen, vor Augen führt. Ist er erst verständiger geworden und wie im allgemeinen, so auch in unserer Liebhaberei herangereift, so gibt ihm getrost ein großes Album in die Hand und läßt ihn sich hineinleben in die Zähnungs-, Wasserzeichen-, Ausdruck- und Typenunterschiede. Ein systematisches Lernen und allmähliches Weiterbilden thut in unserer Liebhaberei ebenso Noth, wie überall im Leben.

2. Papier. Das Papier der Sammelbücher müßte weit stärker sein, als es durchgängig ist; selbst die besten Ausgaben haben meiner Ansicht nach immer noch zu weiches und schwaches Papier. Ist das Album leer, so sieht das Papier meist gut aus, beginnt es sich aber zu füllen, so merkt man, daß der Gummi, dessen man sich zur Befestigung der Marken bedient, durchschlägt; das Papier wird durch die aufgeklebten Marken saltig; es sperrt sich und die Seiten werden uneben. Und um wieviel mehr, wenn man Marken herausnimmt, um sie durch bessere Exemplare zu ersetzen, was meines Erachtens nach unbedingtes Erfordernis bei einer fortschreitenden Sammlung ist! Selbst die vorsichtigste Angelfestigung zieht das Papier in Mitleidenschaft, und man sieht besonders auf der Rückseite des Blattes ganz genau den Fleck, wo eine Marke umgetauscht ist. Man wird mir einwenden, durch starkes kartonähnliches Papier würde das Volumen derartig werden, daß man es in einem Bande, selbst in zweien, nicht bewältigen könne. Zugegeben mit der aus den Ausführungen zu 1. herzuleitenden Maßgabe, daß wir hier nur von Sammelbüchern für fortgeschrittenere Sammler reden. Ist es für diese nicht geradezu ein Vorteil, wenn die Erdteile getrennt sind? Wird nicht die Bevorzugung einzelner Bände hierdurch erleichtert? Wird nicht ein glückliches System von Spezialsammlungen geschaffen? Das Köpfe-

album hat mit einer Trennung den Anfang gemacht, indem es Europa und Asien von den übrigen Erdteilen schied, ich würde noch für eine weitere Teilung eintreten. Ein Band müßte Deutschland, einer das übrige Europa und dann je einer die anderen Weltteile umfassen; Amerika könnte vielleicht noch in zwei Hälften, Nordamerika und die Inseln einerseits, Zentral- und Südamerika andererseits geteilt werden. Dann werden die Spezialsammlungen aufblühen, in denen die Zukunft der Philatelie ruht*).

3. Einband. Unsere Alben sind im allgemeinen sehr verschwenderisch eingebunden: die Herren Fabrikanten wissen wohl, wie sehr ein hübsches Aeußere besticht. Aber ne quid nimis! Da ist auf den meisten Einbänden gar zu viel darauf, und vor allem die Farben! Ist ein solches in hellgrauem oder himmelblauem Leinen gebundenes Buch 14 Tage in Gebrauch, dann sehe man den Einband an! Letzteren in ein Papier einzuschlagen, davon bin ich ebensowenig ein Freund wie von dem Einnähen der „guten“ Möbel in Sackleinwand. Besonders im Sammeln muß man Egoist sein. Man hat sein Album für sich zur eigenen Freude und Unterhaltung gekauft, um es tagtäglich in Händen haben zu können, nicht um es einzupacken und an Fest- oder Besuchstagen seinen Einband und seinen Inhalt guten Freunden zu zeigen, die noch hinterher die Achseln zucken und ob der Kinderei spotten. Also dunkel gehalten muß der Einband sein; möglichst ledern oder wenn leinen beziehungsweise halbleinen, so doch mit festem Lederrücken. Ein guter Einband muß, wenn das Buch neu ist, aussehen, wie ein in den Schultern zu weites Kleid. Jede Marke, die in das Album hineinkommt, trägt auf, und sind erst ein paar tausend im Buche, dann wird der Rücken schon

*) Inzwischen haben die neueren Reformalben die Neuerung eingeführt, der Zeit nach zu trennen: 1. Band 1849 bis 1890, 2. Band 1891 bis jetzt.

passen. Falze? Nun meinetwegen hinter jedem Lande einer. Es ist das einmal Mode, aber ich habe noch nicht viel Sammelbücher gesehen, in denen von den Falzen Gebrauch gemacht worden wäre.

4. System. Daß ein Sammelbuch ein gewisses System auch in der äußeren Anordnung enthalten müsse, darin sind alle einig. Von selbst gegeben ist die Trennung nach Erdteilen. Wie man aber innerhalb dieser Erdteile vorgehen soll, darüber herrscht große Unklarheit. Die meisten Sammelbücher haben zur Bequemlichkeit der Besitzer in neuerer Zeit die alphabetische Reihenfolge der Länder eingeführt. So notwendig wie ich nun für einen Katalog, ein Hand- oder Nachschlagebuch, die Reihenfolge nach dem Alphabet halte, so wenig erscheint mir solche in dem Sammelbuch angebracht. Hier will ich einen inneren Zusammenhang haben, beim Weiterblättern will ich politisch und geographisch vorschreiten, will die Entwicklungsgeschichte benachbarter Länder vergleichen können. Bei alphabetischer Ordnung komme ich von Bergedorf nach Bosnien und von da nach Braunschweig, dann wieder nach Bulgarien. Jeder Unbefangene fragt sofort, was diese Anordnung zu bedeuten habe, und sagt man ihm, daß das Alphabet maßgebend sei, so zeigt ein gedehntes: „Ach so“ sofort, welches sein Urtheil ist. Nein, der tote Buchstabe darf das Sammelbuch nicht beherrschen; mag derjenige, der zu bequem ist, das System sich einzuprägen, das Inhaltsverzeichnis nachschlagen, wenn er ein Land sucht. Der verständige und aufmerksame Sammler wird nach kurzem Gebrauche mit seinem Album vertraut sein. Aber was für ein System nimmt man? Ich schlage vor, von unserer Heimat auszugehen, das Deutsche Reich und den Norddeutschen Postbezirk voranzustellen, alsdann die deutschen Einzelstaaten nach ihrer Größe, Thurn und Taxis zuletzt folgen zu lassen und demnächst Europa von Oesterreich-Ungarn

beginnend über Italien, Spanien, Portugal, Frankreich, Großbritannien, Skandinavien, Rußland und den Orient abzuwickeln, so daß man also im Kreise um Deutschland sich bewegt. Alsdann folgt Asien von Westen nach Osten geordnet, während man in Afrika von Aegypten anfangend die Küsten von Westen beziehungsweise Norden nach Osten beziehungsweise Süden abschreitet. In Amerika ergibt sich das Fortschreiten von Norden nach Süden, wobei die Antillen ein Ganzes für sich bilden und wohl ohne Schaden des Systems alphabetisch geordnet werden können. Australien würde ich von Westen über die Südküste abwickeln und dann Polynesien in west-östlicher Richtung folgen lassen. Eine ähnliche Anordnung hat die amtliche Postwertzeichensammlung des Reichspostmuseums zu Berlin.

5. Geographische und andere Notizen sowie Abbildungen. Ich bekenne mich im Gegensatz zu vielen Sammlern zu sehr radikalen Ansichten auf diesem Gebiete. Ich will in dem Album nichts finden, was nicht ausdrücklich mit dem Briefmarkensammeln zu thun hat. Es sind also meines Erachtens alle geographischen, statistischen, politischen Notizen überflüssig. Ueber dergleichen kann sich der Sammler anderswo besser belehren. Ein kleines Handbuch der neueren Geschichte, insbesondere für Briefmarkensammler und mit Bezug auf ihre Liebhaberei geschrieben, würde allerdings mir und gewiß manchem anderen Sammler eine hochwillkommene Gabe sein. Aber in ein Sammelbuch gehören solche Angaben nicht. Höchstens würde ich eine kurze Notiz über die Münzwährung, die besonders für alle „ungebrauchten“ Sammler so wichtig ist, zugeben. Ich verbanne ferner alle Markenabbildungen aus dem Sammelbuch, denn ich finde diese schwarzen verschwommenen Nachbildungen im höchsten Grade unschön; sie verunzieren das unbenützte Buch; sie wirken aber in dem in Gebrauch ge-

nommenen geradezu abschreckend. Zwischen all den schönen bunten Schätzen stößt man immer wieder auf die schwarzen Untiere, deren letztes erst verschwinden würde, wenn die letzte Lücke ausgefüllt ist; denn es werden ja gerade die seltensten Marken abgebildet. Und selbst wenn Marken auf den bemalten Feldern kleben, ragen die schwarzen Ecken noch hervor, und es scheint die intensive Farbe durch. Alle auf nicht sehr starkem Papier gedruckten Marken verlieren durch Aufkleben auf die schwarzen Flächen an Farbe und an Ansehen. Mögen dem Album lieber Tafeln mit Abbildungen beigegeben werden, die der Sammler zu Hilfe nehmen kann. —

Im „Jahrbuch der Philatelie“, das im Jahre 1881 zu Borna in Sachsen erschien, verzeichnete Max Wittrisch schon folgende Alben:

1. In deutscher Sprache:

- a) Moschkau's Permanentalbum für Postanweisungen (Zittau 1874), deutsches Briefmarkenalbum (bei Senf 1876), internationales Briefmarkenalbum 1879.
- b) Schaubek's Album für Briefmarken (nach Moschkau's Sammlung 1870, Leipzig) und Oktavausgabe.
- c) Bauschke, Album für Briefmarken 1864. 15. Auflage 1868.
- d) Zschiesche seit 1869, 7 illustrierte Ausgaben.
- e) Wuttig, G., Album für Briefmarken. Leipzig 1862, das erste deutsche Album, bis 1863 7. Auflage, bis 1881 20. Auflage. Fortgesetzt von Bauschke und von Kümmler.
- f) Schwanberger, Briefmarkensammelbuch. Leipzig.
- g) Friedl's, 3 Alben (auch mit italienischem Text).
- h) Claudius, Rich., Briefmarkenalbum. Leipzig 1864.

- i) Rümmler, J., Album Timbres Poste.
- k) S. F. Friedemann, Wien 1876. 200 Kartons.
- l) Ludwig, F., Leipzig 1862. Briefmarkenalbum.
- m) Grieben, Postmarkenalbum, dreisprachig.
- n) C. v. Rinsum, Permanentalbum. Amsterdam 1869.

2. Französische von J. B. Moens, Justin Vallier in Paris 1863 bis 1873 in 14. Auflage, von Rinsum und von Maury, Paris 1876.

3. Englische, amerikanische von Johnson und Howe, das erste englische, Ed. A. Oppens 1862, E. S. Gibbons, H. Stafford Smiths, 1869 ohne Text; Stanley, Gibbons & Co., ohne Text. Das erste amerikanische Album 1863, New York von Appleton, Benfeld, Chicago 1876, Scott & Co. 1877, Durbin 1880.

4. Italienisch nur das Album von E. U. Ufigli. 1875.

Die gangbarsten und noch jetzt in den Händen der Sammler befindlichen Alben sind etwa folgende:

1. Alwin Schiesches illustriertes Briefmarkenalbum ist 1888 in 10. erweiterter Auflage erschienen, 74 Bogen stark, mit 41 Porträts der Staatsoberhäupter, 84 Länderwappen und über 1300 Markenabbildungen, in 4 Ausgaben. Raumburg a. S. (seit 1867). 6. Auflage 1882. Neue Ausgaben hat der Herausgeber im Hinblick auf die bedeutende Konkurrenz der Neuzeit nicht erscheinen lassen.

Das Album war „dem Generalpostmeister des Deutschen Reiches, Seiner Excellenz Herrn Staatssekretär Dr. Heinrich von Stephan“ gewidmet, der am 19. November 1882 seine Anerkennung aussprach. Der den Marken beigefügte Text befindet sich stets nur auf der linken Seite des Buches den Marken gegenüber, chronologisch geordnet und mit Angabe der Grade von Seltenheiten, R. RR. RRR., versehen, nicht auf der Sammelseite;

auch sind die Wasserzeichenabbildungen mit Text beigefügt. Die historisch-heraldischen Bemerkungen sind ein wertvoller Bestandteil. Die Anordnung ist folgende:

Das Deutsche Reich als Bundesstaat beginnt, es folgt dessen Vorgänger, der norddeutsche Postbezirk und Preußen, dann fürstlich Thurn und Taxissches Postgebiet, die Herzogtümer Schleswig-Holstein, Hannover, Sachsen, Oldenburg, Braunschweig, beide Mecklenburg, Hamburg mit Bergedorf, Lübeck und Bremen; Baden, Bayern und Württemberg. Nun kommt die österreich-ungarische Monarchie, die seit 1866 mit Italien vereinigten ehemaligen Königreiche Lombardie und Venetien, ferner die Schweiz, Luxemburg, Belgien und die Niederlande; jetzt Frankreich mit seinen Kolonien, Italien, San Marino, Monaco und unter italienischer Krone Sardinien und Toscana, Parma und Modena, Neapel und Sizilien, ferner mit der italienischen Krone vereinigt, seit 1871 der Kirchenstaat, seit 1860 Romagna. Von europäischen Ländern folgen noch das markenreiche Spanien, Portugal, Großbritannien und Irland, die von Großbritannien besetzten Inseln Cypern und das inzwischen deutsch gewordene Helgoland, Ionische Inseln und Malta, Dänemark mit Island, Norwegen und Schweden, Rußland, Finnland, und die Polenmarken von 1860 bis 1865, sowie der Wendische Kreis (die livländische Schweiz), die Türkei, die Königreiche Rumänien (Moldau und Wallachei) und Serbien, die Fürstentümer Montenegro, Ostrumelien und Bulgarien, die seit 1878 von Oesterreich besetzte türkische Provinz Bosnien und die ostrumelischen Marken mit dem Löwenüberdruck Südbulgariens, Griechenland.

Wir geben diese Anordnung von europäischen Staaten vollständig, weil sie nicht nur lehrreich und interessant, sondern auch die fast allgemein angenommene Reihenfolge ist. In Asien beginnen die britischen Besitzungen

(Ostindien), in Afrika ebenfalls (Kap der guten Hoffnung), dann folgt das belgische Kongo, und es schließt Aegypten, in Amerika der Staatenbund von Nordamerika, die britischen Besitzungen und Mexiko, in Australien König Kalakaua I. in Honolulu auf den Sandwichinseln.

2. Schaubeks illustriertes Briefmarkenalbum (Pseudonym für Gustav Bauschke, Begründer der ersten deutschen philatelistischen Fachzeitung „Der Briefmarkensammler“ 1866 bis 1870; sein Album für Briefmarken erlebte von 1864 bis 1870 sieben Auflagen). Auf Grund der neuesten Auflage von Dr. A. Moschkaus Handbuch für Postmarkensammler, neu bearbeitet von Richard Senf. Illustriert mit 3575 Marken-, 52 Wasserzeichenabbildungen, 93 Länderwappen und 46 Porträts regierender Staatsoberhäupter. 10. Auflage 1888. 7. Auflage 1885. 6. Auflage 1884. 5. Auflage 1883. (15—30 M., Prachtausgabe 70—120 M.)

Der Verlag des Albums, das jetzt in 23. Auflage vorliegt, ist vor einigen Jahren an die Firma C. F. Lucke in Leipzig übergegangen.

Die erste Auflage erschien im Herbst 1870. Es wurden alle Privatpost- und Dampfschiffahrtsmarken und die als „Retourmarken“ bezeichneten postamtlichen Etiquettes fortgelassen, ebenso auch diejenigen Marken, welche sich nur durch anderes Wasserzeichen und andere Zähnung voneinander unterscheiden; aufgenommen wurden aber Fehldrucke, Provisorien, sowie die provisorisch zur Brieffrankatur verwendeten Stempel- und Telegraphenmarken. Der Grad der Seltenheit ist bei wertvollen Marken durch * ** *** bezeichnet. Seit der siebenten Auflage hat der Text meist die alphabetische Reihenfolge innerhalb der einzelnen Erdteile erhalten; er beginnt daher mit Baden, Bayern, Belgien, Bergedorf, Bosnien, Braunschweig, Bremen, Bulgarien, Cypern,

Dänemark, Deutsche Reichspost d. h. Deutschland (außer Bayern und Württemberg), Finnland, Frankreich.

Die alphabetische Reihenfolge ist zwar mechanisch brauchbar, nimmt aber auf eine historische Zusammengehörigkeit und Aufeinanderfolge keine Rücksicht, zerstört die Idee der fortschreitenden Entwicklung von Staatengebilden (Italien, Deutschland) und ist für Lehrzwecke nicht zu empfehlen.

Die Emissionsangaben befinden sich bei Schaubef über den Markensfeldern, die Werte in denselben, die Farben- und Seltenheitsbezeichnungen unter denselben, so daß nach Bedeckung des Feldes mit dem Original z. B. unter einer braunen Marke die nun wohl ganz überflüssige Angabe „braun“ stehen bleibt; das umgekehrte Verfahren, die Werte unter den Markensfeldern anzubringen und nach der Bedeckung sichtbar zu lassen, wäre vorteilhafter und wird sich schon jetzt als notwendig und wünschenswert herausstellen in allen Fällen, in denen die Wertangabe sich nicht auf der Marke selbst befindet, sondern aus der Farbe allein erkannt und erforscht wird (z. B. Trinidad 1851 bis 1868; Ionische Inseln 1859). Die Viktoria-Ausgabe dieses Albums fügt die Jahreszahlen der Ausgaben und die Zähnungsunterschiede bei, so daß auch diese Ausgabe für vorgeschrittenere Sammler verwendbar wird.

J. H. Schwaneberger's Briefmarkensammelbuch. Mit 2700 Markenabbildungen, 105 Staatenwappen, 86 Landkarten, sämtlichen Wasserzeichen, 5 Weltteilbildern und geographischen, statistischen und geschichtlichen Beiträgen. Verlag von Ernst Heitmann in Leipzig. 3. Auflage 1882. 8. Auflage 1888.

Die Jahrhundertausgabe ist jüngst erschienen mit 6100 Markenabbildungen, 163 Wappen, 67 Porträts. 1652 Seiten u. f. w.

Hier sind bei der Anordnung der Marken folgende



Wappen.



Bastion.



Kathedrale.

Hochwertige Marken von Uruguay, 1895.



Selangor, Tigerkopf.



2 d (2 pence).
1898. Cookinseln. Mōwe.

Kamelreiter



im Sudan.

Tierbilder auf Briefmarken.



Bai von Rio de Janeiro.

Freiheitskopf.

Bai von Rio de Janeiro.

Marken von Brasilien. 1895.



1895. Für Deputierte von Spanien.

1898 Haiti.

1898. Haiti.



1894 Transvaal Südafrikan. Republik.

1896/97. Mauritius.

1894. Mozambique-Gesellschaft.



Brunei (2 Cent).⁸

1895. Korea (5 Poon).

Philippinen (Kriegsmarkte.)

Wappenbilder auf Briefmarken.

Grundsätze maßgebend gewesen: Nur die offiziellen Marken sind aufgenommen, Privatmarken ohne alle Ausnahmen weggelassen worden. Dieses Album zeichnet sich durch die beigefügten Landkärtchen, die für Lehrzwecke außerordentlich geeignet sind, wie durch die Einfügung der Wasserzeichenbilder in den Text aus. Die statistisch-geographischen Mittheilungen und die geschichtlichen Bemerkungen sind stets getrennt aufgeführt, recht sorgfältig bearbeitet und die Blätter, abgesehen von diesen Notizen, sonst auch nur einseitig bedruckt.

Die Emissionsangaben befinden sich bei Schwaneberger auch über den Markensfeldern, die Werte und Farbenbezeichnungen unter denselben, während die Angabe des Seltenheitsgrades fehlt und in den Feldern nur etwaige Ausdrücke verzeichnet sind.

Die Anordnung gleicht für Europa der des Pschieschealbums, mit geringen Abweichungen. Asien beginnt mit den Kaisertümern Japan und China, bringt die reiche Fülle der seit 1846 britischen Siechschußstaaten Bhopal, Bhoze, Alwar, Bikanir, Dschabrapattam, Nadschpipla, Sorath, Nauanagger, Tschamba, Sirmur, Farriedfote, Dsch'hiend (Shind), Nabha, Pattialla und der britisch-ostindischen Bundesstaaten Haiderabad, Gwalior, Golkar; Afrika beginnt mit Aegypten und schließt mit den portugiesischen und französischen Besitzungen, Amerika beginnt mit den britischen Besitzungen und schließt mit den sieben Einzelstaaten der Republik Columbia.

4. Permanentbriefmarkenalbum. Nach Ferdinand Meyers Handbuch für Postmarkensammler, bearbeitet von Oskar Koeppel. Wien 1885. Verlag von A. Larisch. 2 Bände. Nach dem Tode des Verlegers (am 12. Januar 1892 in München) erschien keine neue Auflage, die mehrfach von den Sammlern ersehnt wurde.

Das Album will alle existierenden Marken aufweisen,

schließt nur diejenigen Marken aus, die sich späteren Untersuchungen zufolge als „nicht offiziell“ gekennzeichnet haben. Die Stellung des knapp gehaltenen Textes über den Markensfeldern, für die ein gefälliges und dem Auge wohlthuendes Arrangement getroffen ist, das Beginnen einer neuen Seite mit jedem Bande, das reichliche Vorhandensein leeren Raumes zur Fortsetzung der Sammlung, alle diese Umstände tragen dazu bei, das Koeppelalbum als ein permanentes gelten zu lassen. Von größerem Illustrations Schmuck, der für den größeren Sammler störend ist, hat man gänzlich Abstand genommen, nur das Bild des früh heimgegangenen Apothekers Mayer, sowie gut ausgeführte Karten der 5 Erdteile sind als willkommene Gaben beigelegt.

In vierteljährlichen Zwischenräumen wurden auf dünnem Papier die vorgedruckten Felder der neuerscheinenden Postwertzeichen zur Weiterführung des Albums geliefert. Der erste Band enthält Europa und Asien und führt die Länder in alphabetischer Reihenfolge vor, wie Schaubek; der zweite Band Amerika, Afrika und Asien.

5. Das „Permanente Briefmarkenalbum“ von Carl H. Sauer, von dem 6 Lieferungen vorliegen (Verlag von Julius Rittl in Mähr.-Osttau), erschien in losen, geschmackvoll ausgestatteten Blättern. Kurze Angaben über die Emissionen stehen über den Markensfeldern, beigelegte Ziffern verweisen auf einen ausführlichen, in Oktavformat besonders erschienenen, mit Preisen versehenen Text. Das Werk hörte mit der 7. Lieferung auf zu erscheinen.

6. Das Universal-Briefmarkenalbum. Reformausgabe. Nur die Briefmarken aller fünf Erdteile enthaltend, neu bearbeitet und für den immerwährenden Gebrauch eingerichtet. Illustriert mit über 5000 Marken und 64 Wasserzeichenabbildungen. I. Die Wertzeichen von 1840 bis 1890. II. Die Wertzeichen von 1891

bis zur Neuzeit. 6. Auflage. Leipzig. F. Reinboth (früher Baumbach).

7. Krösch, Permanentsammelwerk in losen Blättern, mit künstlerisch ausgeführten Originalkopfleisten für jeden Staat, erscheint in 487 Blättern (Deutschland 31, Europa 136, Afrika 85, Amerika 137, Asien 97, Australien 32 Blatt) im Verlage von Hugo Krösch in Leipzig und wird von großen Sammlern wegen seiner Handlichkeit und Bewegungsfähigkeit bevorzugt. Es steht auch betreffs der Anordnung und Vollständigkeit der Emissionen durchaus auf der Höhe der Zeit.



2 Rupien.

Br.-Ost-Indien 1895. Königin Viktoria im Witwenschleier.



Abschnitt VI.

Die Fachliteratur.

Die bestehenden deutschen Briefmarkenzeitungen.

a) Selbständige Fachzeitschriften.

1. Illustriertes Briefmarkenjournal. 1874. Gebrüder Senf, Leipzig. (Red. Theodor Haas.)
2. Der Philatelist. 1880. Internationaler Philatelistenverein zu Dresden (Major z. D. Dr. jur. Paul Kloss).
3. Das Postwertzeichen. 1883. Bayerischer Philatelistenverein (a. B.). München. (Red. Ministerialsekretär a. D. Leon Brummer, gest. 1900.)
4. Illustrierte Briefmarkenzeitung. 1888. Ernst Heitmann. Leipzig. (Red. früher H. Schwanberger und Dr. Moschkau.)
5. Mitteldeutsche Philatelistenzeitung. 1882 bezw. 1892. U. E. Glasewald-Göbniß in S.-Altenburg.
6. Schweizer Briefmarkenzeitung. 1888. J. Jaquier-Morges (Schweiz).
7. Deutsche Briefmarkenzeitung. 1890. Dr. H. Brendicke-Berlin, seit 1896 Hugo Krösch-Leipzig.

8. Der Briefmarkensammler. 1890. August Warbes: Bremen.
9. „Post“, Universalanzeiger für Briefmarkensammler. 1894. Feodor Meinboth: Leipzig (P. Liebow).
10. Germaniaberichte 1897. Germaniaring, Ring deutscher Briefmarkensammlervereine. G. Linde: Charlottenburg.

Einen wesentlichen Teil all dieser Blätter bildet die Chronik der Neuheiten mit Abbildung der neu erschienenen Postwertzeichen. Eine gute Chronik ist das Kennzeichen einer guten Fachzeitung.

b) Organe einzelner Vereine.

1. Mitteilungen des Internationalen Postwertzeichenhändlervereins zu Berlin. 1885. Paul Liebow: Charlottenburg.
2. Vereinsmitteilungen des Berliner Philatelistenklub. 1888. Dr. Franz Kaldhoff: Berlin.
3. Mitteilungen der Tauschvereinigung für Postwertzeichen zu Elberfeld. 1890. Rud. Koft.
4. Vereinsmitteilungen des Vereins Braunschweiger Briefmarkensammler. 1891. Ludwig Berger: Braunschweig.
5. Vertrauliches Korrespondenzblatt philatelistischer Vereine. 1891. Bisher Briefmarkenklub Hannover. Hans Müller: Hannover (jetzt Verein für Briefmarkenfunde in Kiel).
6. Grazer Philatelist. 1892. Verein der Briefmarkensammler in Graz. Franz Verfa.
7. Mitteilungen des Briefmarkensammlervereins Mosel. 1893. Adam Blau: Köln (Rhein).
8. Züricher Briefmarkenbörsenzeitung. 1894. Wente: Huber: Zürich.
9. Vereinsmitteilungen des Hamburg-Altonaer Brief-

markensammlervereins. 1897. J. M. C. Asmus:
Hamburg.

10. Mitteilungen des Oesterreichischen Philatelistenklub
in Wien, Fortsetzung der Mitteilungen des Wiener
Philatelistenklub. 1882.

Ähnliche ausländische Vereinsorgane sind das
Bulletin de la Société française de Timbrologie in
Paris und die Publikationen der Philatelic Society
in London und mehrere englische, belgische und ameri-
kanische.

c) Anzeigenblätter.

1. Generalanzeiger für Philatelie. 1883. Chr. Sauer-
land-Hemer i. W.
2. Internationales Briefmarkenoffertenblatt. 1892.
C. G. Vogel-Pöbneck i. Thür.
3. Der Briefmarkenhändler. Internationaler Post-
wertzeichenhändlerverein. 1896. Paul Liebow-Char-
lottenburg.
4. Internationales Offertenblatt für Philatelie. 1896.
C. A. Mylius-Sonneberg, S.-M.
5. Das blaue Blatt. 1899. Peter Matthes-Stolberg
(Rheinland).
6. Der Postwertzeichensammler. 1899. Internationaler
Postwertzeichenhändlerverein. Dr. H. Brendicke-
Berlin.

d) Ausländische Fachzeitschriften.

Liege (Belgien). Bulletin mensuel de la société des
échangistes réunis. (M. Leon Defize, Fexhe-
Slins.)

Bruxelles. Revue philatélique Belge, Maurice Belin,
Rue de la Madeleine 52.

New York. The American Journal of Philately, Scott Stamp & Coin Co.

Santiago de Chile. Anales de la sociedad filatélica de Chile.

Rio de Janeiro (Brasilien). O Philatelista Brasileiro, revista mensal. J. Costa, Caixa n. 727.

S. Paulo (Brasilien). Jornal Philatelico, M. Copenhagen, Rua São Bento 21.

London S. E. Ewens Weekly Stamp News, H. L'Étrange Ewen, 32 Palace Square, Norwood.

Nicht ohne Einfluß sind die Zeitschriften Niderlandsch Tydschrift voor Postzegelkunde in Holland und Tidning för Frimärksamlare in Schweden.

Jahrzehntlang von führender Bedeutung war der „Timbre poste“ und „Timbre fiscal“ von J. B. Moens in Brüssel und „The Philatelic Record“ in London.

Eine chronologische Tabelle der deutschen philatelistischen Zeitschriften 1863 bis 1893 gab 1894 der Bibliothekar des Berliner Philatelistenklubs, Amtsrichter H. Fraenkel in Berlin, heraus, die nach dem Vorbilde der Library Companion von J. R. Tiffany gearbeitet ist, welche die Zeitschriften der Vereinigten Staaten behandelt; sie enthält 146 Nummern und verzeichnet sehr sorgfältig außer den Verlegerangaben das Datum der ersten und letzten Nummer, die Art der Numerierung und Herstellung u. s. w.

Kataloge.

Die große Fülle der periodischen Preisverzeichnisse der Händler, welche nichts weiter enthalten, als Angebote dieser Händler, und auch Tauschblätter, kann man nicht eigentlich als Litteratur bezeichnen, sie sind aber für die Beurteilung und Abschätzung nicht ohne Bedeutung.

Die ausführlichsten Kataloge sind folgende:

1. Catalogue Prix Courant de Timbres-Postes von J. B. Moens in Brüssel (der sich jetzt von der Briefmarkenfunde zurückgezogen und sein Lager an Ed. Ruben in Kopenhagen verkauft hat). Der Katalog umfaßt auch die Stempel- und Telegraphenmarken und erschien bisher in 7. Auflage.
2. Catalogue of post-offices Stanley Gibbons & Co. in London.

Ferner sind für England Bright & Sons, Whitfield King & Co., für Belgien Belin, für Frankreich Noert & Tellier, für Spanien Galvez, für Italien Ravarzolo, für Amerika Scott zu nennen.

In Deutschland wurde der erste tüchtig bearbeitete Preiskatalog ausgegeben von A. Larisch in München.

1. Preisverzeichnis sämtlicher bis 1886 erschienenen Postmarken, zugleich Manfolliste zu Koeppe's Permanentalbum und zu Ferd. Meyers Katalog. I. Wien 1887. 204 S. II. München 1888, III. 1890, IV. 1891, V. 1892, VI. Auflage bis 1892. München 1893. 282 S.
2. Zur Zeit beherrscht Gebrüder Senf's Illustrierter Postwertzeichenkatalog den Markt. Es erschienen, nach dem Einband benannt:

1892	der rote	Senf in	16 000	Exemplaren
1893	" blaue	" "	21 000	"
1894	" braune	" "	25 000	"
1895	" grüne	" "	25 000	"
1896	" graue	" "	25 000	"
1897	" violette	" "	25 000	"
1898	" gelbe	" "	25 000	"
1899	" farminrote	" "	25 000	"
1900	" weißrote	" "	25 000	"

Derselbe umfaßt alle bis Ende Juli 1900 ausgegebenen Marken und Ganzsachen aller Länder alphabetisch geordnet, in übersichtlicher Gruppierung, mit Preisen dieser Firma und vielen Abbildungen.

Handbücher und Einzelschriften.

Mustergültig bearbeitet, aber leider ein Torso ist geblieben das bis zum Buchstaben M erschienene

1. „Große Handbuch der Philatelie“, von O. Teltz: Halle, später von C. Lindenberg: Berlin, zuletzt von Vietinghoff und Arheisser: Düsseldorf bearbeitet, Leipzig 1887 bis 1891 (27 Lieferungen à 50 Pfg. bis einschließlich Mexiko). Lieferung 2 und 3 Deutschland sind von Dr. Kaldhoff: Berlin 1890/91 neu bearbeitet.
2. Vollständig erschien und lange Zeit maßgebend war: Dr. Alfred Moschkau: I. „Handbuch sämtlicher Postmarken, Briefumschläge und Streifbänder“. II. „Postkarten“ u. s. w. Gebrüder Senf in Leipzig. 2. Auflage 1876. 3. Auflage 1877. 4. Auflage 1881. 5. Auflage von W. Herrmann 1884. 6. Auflage 1888. 7. Auflage, Leipzig 1891 bis 1893. Dr. Moschkau's Illustr. Handbuch für Postwertzeichen-Sammler geht inhaltlich bis Mitte 1895. Nachträge erscheinen voraussichtlich nicht mehr.
3. Handbuch für Postmarkensammler mit 8 Nachträgen von Ferd. Meyer (behandelt nur die aufklebbaren Marken). Nürnberg 1881 bis 1893. G. Zedemeyer, mit 4 Nachträgen.

Außer einer Fülle wertvoller Monographien, die über einzelne Länder handeln z. B. die 13 französisch geschriebenen Monographien von J. B. Moens 1878 bis 1884, haben folgende Schriften eine eigenartige Bedeutung:

- A. Larisch, Postkartenkatalog. München 1891.
 L. Senf, Illustriertes Postkartenhandbuch. Leipzig 1890.
 C. Lindenberg, Die Briefumschläge der deutschen Staaten.
 Berlin 1892/93. 15 Hefte.
 A. Reinheimer, Katalog der deutschen Entwertungsarten
 von 1849 bis 1875. 2 Hefte. Frankfurt a. M.
 F. Kaldhoff, Verzeichnis der staatlichen Neudrucke. Leip-
 zig 1892/93.

B. Liebow, Das schwarze Buch der Philatelie.

Alle diese Bücher sind leider nicht bis auf die Gegenwart weitergeführt.

Die Entwicklung und das Wirken der Post und Telegraphie im Weltverkehr behandelt „Das Buch von der Weltpost“ von dem pseudonymen Verfasser D. Beredarius (1. Auflage 1885, 3. Auflage, Berlin 1894) im anmutigen und belehrenden Erzählerton. Von offizieller Seite (vom Postrat Hennicke) ist auch verfaßt und mit einer Heliogravure des Generalpostdirektors Dr. H. von Stephan geschmückt das Werk: „Unter dem Zeichen des Verkehrs“. Berlin 1895.

Eine seltene und eigentümliche Erscheinung ist der vom k. k. österreichischen Staatspostbeamten Dr. Eduard Maria Schranka in Prag herausgegebene „Datenzeiger der Weltpostgeschichte“ (Leipzig 1893), der für die einzelnen Tage des Jahres die Ereignisse der Postgeschichte zusammenstellt und so ein Weltverkehrskalendarium liefert.

Den Versuch, ein philatelistisches „Wörterbuch“ herauszugeben, enthaltend alle Kunstaussdrücke, Briefmarkenporträts, Wappen, Zahlen, Münzen und die Namen berühmter Philatelisten, machte der Oberpostsekretär Oskar Kausch in Dresden in seinem Werke: Die Sprachwissenschaft in der Briefmarkenkunde (1. Auflage 1886, 2. Auflage, Leipzig 1891).

Auf der Oberfläche der Fachliteratur schwimmen

schließlich als leichte Wasserpflanzen die Kalender und Adreßbücher, die meist kurze Zeit nach dem Erscheinen veraltet und kaum der Erwähnung wert sind.

Einrichtungen zur Förderung der Philatelie.

a) Vereine.

Die Vereinsmeierei treibt in keinem Lande so herrliche Blüten wie in Deutschland. Wo drei Deutsche beisammen sind, gründen sie einen Verein. Die Briefmarkensammlervereine haben den Zweck der Unterhaltung und Belehrung: Benützung der Bibliothek, Vorlegung der Neuheiten, Prüfung der Echtheit, Gelegenheit zu Kauf und Tausch, unentgeltlicher Rechtsbeistand und anderes sind die Zugmittel der Vereine. Händler den Vereinen grundsätzlich etwa fernhalten zu wollen, wäre unpraktisch und ungerrecht, sie sind der nützliche Sauerteig im Vereinsleben.

Ältere Vereine in Deutschland sind:

1. Internationaler Philatelistenverein in Dresden, 1877 gegründet, mit etwa 40 Sektionen in aller Welt. Vereinsorgan „Der Philatelist“, Ehrenmitglied Major a. D. Dr. jur. Paul Kloss.
2. Bayerischer Philatelistenverein in München, gegründet 1883, Leon Brummer (gest. 1900).
3. Berliner Philatelistenklub, gegründet 1888, Ehrenmitglied Landgerichtsdirektor C. Lindenberg-Berlin.
4. Verein für Briefmarkenkunde in Frankfurt a. M., 1878.
5. Württembergischer Philatelistenverein in Stuttgart, 1882.
6. Mitteldeutscher Philatelistenverband zu Gößnitz (S.-A.). H. C. Glasewald, 1889.

Außerdem sind kleinere thatkräftige Vereine in Braunschweig, Magdeburg, Hamburg, Hannover, Lübeck, Straßburg i. E., Stettin und Kiel.

In Oesterreich bestehen der Oesterreichische Philatelistenklub seit 1885, ferner solche in Prag, Graz und Mähr.-Ostrau.

Im Ausland sind die berühmtesten Vereine folgende:

Société française de timbrologie, Paris.

The Philatelic Society, London.

The National Philatetical Society, New York.

Sociedad Filotelica de Santo Domingo.

The Philatelic Society of Sidney.

St. Louis Philatelic Society.

Philatelic Society of Australia.

b) Prüfungsstellen.

Seit 1877 übernahm der Senior der Philatelie, Postsekretär a. D. Waldemar Herrmann in Berlin, das Prüfen der Marken gegen geringe Gebühr, freilich ohne Garantie. Bei dem Anwachsen der Zahl der Marken und der Sammler wurde eine Teilung der Arbeit dahin notwendig, daß sich mehrere Prüfer bereit stellten, nur Marken bestimmter Länder oder Komplexe prüften und gegen höhere Gebühren auch gewisse Garantien übernahmen. Prüfungen ohne Garantiestempel werden für 1 bis 20 Stück mit 1 Mark berechnet, jedes folgende 5 Pfg., mit Garantiestempel 1 bis 5 Stück für 1 Mark, jedes weitere Stück 20 Pfg. Dr. Emilio Diena in Rom verlangt für Prüfung altitalienischer Staaten bei 1 bis 5 Stück 40 Pfg. für das Stück. Echte Stücke werden von dem Prüfer mit dem Garantiestempel versehen. Worin die Garantie besteht und welche Grenzen sie in Bezug auf Zeit und Tarwert hat, unterliegt besonderen Vereinbarungen.

Ueber die Rechtsfragen bei Prüfungen handelte Dr. Otto-Wiesbaden in der „Postwertzeichenkunde“ 1894.

Der Prüfung der Marken ist man meist überhoben, wenn man seine Einkäufe bei reellen Händlern besorgt, insbesondere bei Mitgliedern des „Internationalen Postwertzeichenhändlervereins zu Berlin“, der sorgfältig darüber wacht, daß Differenzen zwischen Händlern und Sammlern vermieden, beziehungsweise beigelegt werden.

Der untrüglichsie Ermittler von Fälschungen ist das Stereoskop, durch das auch am leichtesten die Unterschiede des falschen Papiergeldes vom echten aufgefunden werden.

Ein ziemlich sicherer Behelf beim Prüfen unechter oder zweifelhafter Stücke ist das Studium der Fachpresse, oftmaliges Vergleichen mit Stücken derselben Art und Emission, sorgfältiges Besichtigen großer Sammlungen und reicher Vorräte bei Händlern und dergleichen. Wie ein Delgemäldesammler Kenner wird durch Besuch möglichst vieler Galerien des In- und Auslandes, so wird der Markenfenner erzogen durch „Vielsehen“.

c) Ausstellungen.

Man hat hin und wieder den Wert von Ausstellungen bezweifelt und den Nutzen derselben in Frage gestellt. Es ist aber unleugbar, daß der Sammeleifer durch Medaillen angeregt, die Thätigkeit der Album- und Buchverleger gefördert und der Blick der Sammler für Gutes und Seltenes geschärft wird durch Ausstellungen und Preisverteilung. Die erste Briefmarkenausstellung veranstaltete Dr. Alfred Moschkau 1870 zu Gunsten der Feldpostunterbeamten, dann 1877 Paul Liebow in Berlin zum Besten der Vermundeten der russischen Armee. Es folgten 1881 der Wiener Philatelistenklub, 1882 der internationale Philatelistenverein zu Dresden. Gelegentlich des 50jährigen Jubiläums der Erfindung der auf-

klebbarcn Briefmarken fand die erste Internationale Postwertzeichenausstellung in Wien statt im k. k. Museum für Kunst und Industrie und eine solche in London, von der Philatelic Society veranstaltet und von dem Sammler Herzog von Edinburg eröffnet. Die Ausstellungen in Magdeburg, St. Gallen, Paris, Zürich, Mailand erfreuten sich eines regen Besuches, und die Ausstellung 1900 zu Paris gelegentlich der Weltausstellung lenkte die Aufmerksamkeit der Sammler aller Erdteile auf sich und war recht geeignet, dem Briefmarkensammeln neue Freunde und verständige Jünger zuzuführen. —

d) Philatelistentage.

Was der schriftliche Gedankenaustausch oft nicht ermöglicht, bewirkt der persönliche Verkehr der Sammler und Händler auf den Philatelistentagen. Die Vorträge selbst sind zwar meist unbedeutend oder können mit gleichem Eifer gelesen wie gehört werden. Eine nützliche Aussprache erfolgt aber u. a. über die Art der Organisation, über das Verbandsorgan, über die nutzbringendste Gestaltung der Philatelistentage. Dieselben fanden statt:

1.	deutscher Philatelistentag in	Mainz	1889
2.	"	"	"
3.	"	"	"
4.	"	"	"
5.	"	"	"
6.	"	"	"
7.	"	"	"
8.	"	"	"
9.	"	"	"
10.	"	"	"
11.	"	"	"
12.	"	"	"
	Der 13. Tag soll im	Sept. 1901	in Berlin stattfinden.

Die stenographisch aufgenommenen Verhandlungen sind meist im Druck erschienen, besonders wertvoll sind die in Berlin und Kiel gehaltenen Vorträge.

Ein Vorläufer der jetzigen Philatelistentage war der zu Paris 1878 von der Société française de Timbrologie durchgeführte und von der in Dresden erschienenen Briefmarkenzeitung „Union“ angeregte Philatelistenkongreß, der sechs Wochen lang tagte, wovon wertvolle Kongreßberichte glänzendes Zeugnis ablegen. Ob und inwieweit nicht nur deutsche, sondern auch internationale Philatelistentage Einfluß und Bedeutung auf das Briefmarkensammeln haben werden, läßt sich schwer sagen.

e) Briefmarkenbörsen und Versteigerungen.

Zu den neuesten Errungenschaften auf dem Gebiet des Briefmarkenhandels gehört die Gründung der Briefmarkenbörsen. Die Schöpfung der „Berliner Briefmarkenbörse“ in der seit dem 12. Oktober 1887 vor sich gegangenen Entwicklung war neu und eigenartig (unter Leitung der Philatelisten W. Stöker, C. Loeschke und Dr. H. Brendicke), die in den Versteigerungen des „Internationalen Postwertzeichenhändlervereins zu Berlin“ ihre Fortsetzung gefunden hat. Einigen Mitgliefern des „Vereins der Briefmarkensammler zu Berlin“ war die Anregung zur Neubelebung zu danken, da allen früheren Unternehmungen jegliche Organisation und Lebenskraft fehlte. Gegen 10 Prozent Gebühr vom Erzielten wurden angebotene Markenposten untergebracht, auch gewissenhaft Auskünfte erteilt, unter Umständen auf Wertobjekte Darlehen gegeben. Durch den Makler war auch dem auswärts wohnenden Publikum Gelegenheit geboten, Objekte preiswert zu veräußern. Die (regelmäßig alle 14 Tage) nach jeder Börse ausgegebenen

Börsenberichte erschienen zuerst in der illustrierten Fachzeitschrift „Der Sammler“, später in der „Deutschen Briefmarkenzeitung“ (jetzt Leipzig).

Dem Beispiel Berlins sind Wien und New York gefolgt. Die Statuten der Wiener Börse gleichen aber denen eines festen Vereins und ermöglichen nicht den freien Verkehr von Hand zu Hand. Die Pariser Briefmarkenbörse ist ohne jede Organisation, da nur an gewissen Tagen auf einem Boulevard ambulante Handelsgeschäfte betrieben werden.

Die in einigen Fachzeitschriften von einzelnen Unternehmern angezeigten Briefmarkenbörsen verdienen diesen Namen nicht, da ihnen der lebensvolle Verkehr der Personen mangelt. Auch die „Tafeln für Verkauf und Angebot“ ersetzen nicht den regen Verkehr von Sammlern und Händlern unter sich.

Die vom „Internationalen Postwertzeichenhändlerverein zu Berlin“ veranstalteten Auktionen stehen augenblicklich auf der Höhe der Zeit und erfreuen sich lebhaften Zuspruches. Es läßt sich hoffen, daß bei dem zu erwartenden Aufschwung des Geschäfts auch die Briefmarkenbörsen und Versteigerungen wieder zu neuem Leben erwachen werden.

Geordnete Versteigerungen fanden seit 1870 in Nordamerika statt; angesehene Firmen, wie Bogert und Durbin, S. Gremmel, Albrecht & Co. in New York, Bradt & Co. in Chicago und die Scott Stamp & Coin Co. in New York veranstalten Versteigerungen und geben zum Teil Verzeichnisse der erzielten Preise nachher heraus, die von den Sammlern mit Aufmerksamkeit verfolgt werden. Londoner Firmen, wie Th. Buhl, Chevelen & Co., W. Hadlow, J. Phillips folgten diesem Beispiel.



Vielfachen Wünschen entgegenkommend, haben wir eine, in Farbe und Ausstattung den Einbänden entsprechende, elegante, oben aufklappbare Kassette anfertigen lassen, welche Raum zur Aufbewahrung von 10 Bänden der Taschenbücher bietet. Der Preis ist äußerst niedrig bemessen, er beträgt nur 1 Mark.

Zu beziehen durch die meisten Buchhandlungen.

Hervorragende Erscheinungen auf dem Gebiete der Jugendliteratur!

Kamerad-Bibliothek.

In dieser Sammlung spannender, effektreicher, bei ihrem ersten Erscheinen im „Guten Kameraden“ mit so großem Beifall aufgenommener Erzählungen für die deutsche Knabenwelt sind bisher erschienen:

- Band 1. Karl May:
Der schwarze Mustang. * * * * *
- Band 2. Franz Creller:
Der Letzte vom „Admiral“. * * * * *
- Band 3. Max Felde:
Der Arrapahu. * * * * *
- Band 4. Th. Berthold:
Lustige Gymnasialgeschichten.

Jeder Band mit zahlreichen Textillustrationen und 1 Titelbild.
Preis elegant gebunden je M. 3.—

Das Neue Universum.

Die interessantesten Erfindungen und Entdeckungen auf allen Gebieten. Ein Jahrbuch für Haus und Familie, insbesondere für die reifere Jugend. Mit einem Anhang: „Hausliche Werkstatt“, der für die Selbstbeschäftigung Anleitung und Hilfe gibt. XXI. Band. Reich illustriert. In neuem, elegantem Einband Preis M. 0,75.

Licht und Kraft.

Die Elektrizität und ihre Anwendung im häuslichen Leben. Ein Handbuch für Haus und Familie, insbesondere für die reifere Jugend. Von Th. Schwartze. Mit zahlreichen Abbildungen. Preis eleg. geb. M. 6.—

Union Deutsche Verlagsgesellschaft
Stuttgart, Berlin, Leipzig.



Vielfachen Wünschen entgegenkommend, haben wir eine, in Farbe und Ausstattung den Einbänden entsprechende, elegante, oben aufklappbare Kassette anfertigen lassen, welche Raum zur Aufbewahrung von 10 Bänden der Taschenbücher bietet. Der Preis ist äußerst niedrig bemessen, er beträgt nur 1 Mark.

zu beziehen durch die meisten Buchhandlungen.

Hervorragende Erscheinungen auf dem Gebiete der Jugendlitteratur!

Kamerad-Bibliothek.

In dieser Sammlung spannender, effektreicher, bei ihrem ersten Erscheinen im „Guten Kameraden“ mit so großem Beifall ausgenommener Erzählungen für die deutsche Knabenwelt sind bisher erschienen:

- Band 1. Karl May:
Der schwarze Mustang. * * * * *
- Band 2. Franz Treller:
Der Letzte vom „Admiral“. *
- Band 3. Max Felde:
Der Arrapahu. * * * * *
- Band 4. Th. Berthold:
Lustige Gymnasialgeschichten.

Jeder Band mit zahlreichen Textillustrationen und 1 Titelbild.
Preis elegant gebunden je M. 3.—

Das Neue Universum.

Die interessantesten Erfindungen und Entdeckungen auf allen Gebieten. Ein Jahrbuch für Haus und Familie, insbesondere für die reifere Jugend. Mit einem Anhang: „Hausliche Werkstatt“, der für die Selbstbeschäftigung Anleitung und Hilfe gibt. XXI. Band. Reich illustriert. In neuem, elegantem Einband Preis M. 6.75.

Licht und Kraft.

Die Elektrizität und ihre Anwendung im täglichen Leben. Ein Handbuch für Haus und Familie, insbesondere für die reifere Jugend. Von Th. Schwartz. Mit zahlreichen Abbildungen. Preis eleg. geb. M. 6.—

Union Deutsche Verlagsgesellschaft
Stuttgart, Berlin, Leipzig.



