UNIVERSITÄTS BIBLIOTHEK WUPPERTAL
BERGISCHE UNIVERSITÄT WUPPERTAL

Universitätsbibliothek Wuppertal

Grundzüge der Briefmarkenkunde und des Briefmarkensammelns

Suppantschitsch, Viktor

Leipzig, 1908

Nutzungsrichtlinien Das dem PDF-Dokument zugrunde liegende Digitalisat kann unter Beachtung des Lizenz-/Rechtehinweises genutzt werden. Informationen zum Lizenz-/Rechtehinweis finden Sie in der Titelaufnahme unter dem untenstehenden URN.
Bei Nutzung des Digitalisats bitten wir um eine vollständige Quellenangabe, inklusive Nennung der Universitätsbibliothek Wuppertal als Quelle sowie einer Angabe des URN.

urn:nbn:de:hbz:468-1-4391

Visual Library

Viktor Suppantschitsch
Briefmarkenkunde

704 Ks
2

Verlag J. J. Weber
Leipzig

Es wird dringend ersucht die Bücher sauber zu halten und besonders beim Umblättern die Finger nicht anzufeuchten!

891 mtl.

14. 5. 46

11 8.

30/5

23. Jan. 1947

20. 9.

17. 11. 11. Feb. 1947

-9. 11.

-4. 12. -7. Apr. 1947

-1 12.

17. 9. 35

20. Mai 1947

24. 12.

-5. 9. 40

-8. Juli 1947

21. 9. 40

24. Sep. 1947

24. 12. 40

16. März 1948

24. 3.

10. III. 1942

-1. 6.

14. VII 1949

27. VII. 1942

15. MAI.

10. V. 1943

25. IV. 1950

23. II. 1945

-2. 12. 1966

21. JUL

13. 2. 46

-6. 9.

-6. 4. 46

12. 6.

Rowland Hill.

Grundzüge

der

Briefmarkenkunde

und des Briefmarkensammelns

von

Victor Suppantschitsch
k. k. Oberlandesgerichtsrat in Graz.

Mit dem Porträt Rowland Hills und
7 in den Text gedruckten Abbildungen

Zweites Tausend

1908
Verlagsbuchhandlung von J. J. Weber in Leipzig

704 Ks
2

Alle Rechte vorbehalten.

Geschenk des
Stadtbücherei-Vereins.

10 920

1.23.1902.0.062

Das Sam
Spielerei
schuhe abgeleg
betriebenen St
daß sich tausc
Berufsklassen
läßt das Be
scheinen, wel
gebiete behan
Abfassung ei
lieber gefolg
Literatur, no
besitzt, welche
ständig be
genügt, wel
stellen berech
hingeben will

Ob ich mi
sind meine L

Vorwort.

Das Sammeln von Postwertzeichen, ursprünglich eine Spielerei der Schuljugend, hat längst die Kinderschuhe abgelegt und ist zu einem ernsten, wissenschaftlich betriebenen Studium geworden. Dies und der Umstand, daß sich tausende von Männern aus den verschiedensten Berufsklassen in ihren freien Stunden damit beschäftigen, läßt das Begehren nach einem Buche gerechtfertigt erscheinen, welches alles Wissenswerte auf diesem Sammelgebiete behandelt. Ich bin daher der Aufforderung zur Abfassung eines solchen Buches gern und zwar um so lieber gefolgt, als weder die deutsche philatelistische Literatur, noch die eines anderen Volkes ein Lehrbuch besitzt, welches den ganzen großen Stoff vollständig behandelte und daher allen Anforderungen genügt, welche derjenige an ein solches Werk zu stellen berechtigt ist, der sich diesem Studium mit Ernst hingeben will.

Ob ich mich dieser Aufgabe mit Geschick entledigt habe, sind meine Leser zu beurteilen berufen. Darauf muß ich

aber aus dem Grunde, als das Buch doch nicht über alles Aufschluß gibt, worüber ein oder der andere der in dieses Studium Eingeweihten Aufklärung wünschen sollte, schon hier hinweisen, daß der mir zugewiesene knappe Raum mich zwang, Minderwertiges unerörtert zu lassen. Ferner aber muß auch berücksichtigt werden, daß dieses Buch den Absichten des Herausgebers zufolge bestimmt ist, als ein Unterrichtsmittel hauptsächlich für Anfänger und mittlere Sammler zu dienen, und auch aus diesem Grunde so manches Detail wegbleiben mußte, das nur für große und größte Sammler Interesse hätte.

Ferner wird sich der Sammler vor Augen halten müssen, daß sich dieses Buch mit den einzelnen Postwertzeichen gar nicht beschäftigt, und daß er sich die Kenntnis derselben aus den verschiedenen Handbüchern zu verschaffen hat. Darin liegt auch der Grund, daß der Verfasser den Angaben über die vorhandene philatelistische Literatur eine besondere Aufmerksamkeit zuwendet.

Daß auch die Geschichte der Postwertzeichen nnd des Postwertzeichensammelwesens zu jenen Materien gehört, die in einem Lehrbuche der Briefmarkenkunde zur Erörterung zu gelangen haben, bedarf wohl keiner näheren Begründung.

So hoffe und wünsche ich denn, daß sich dieses Buch den Beifall der Briefmarkensammler erringen möge.

Der Verfasser.

Inhaltsübersicht.

Erster Teil.

Die Lehre von den Postwertzeichen.

Seite

Das Postwesen vor der Einführung der Postwertzeichen . . . 3
Die britische Postreform von 1840 und das Penny-Porto-System . . . 5
Erfindung und Geschichte der Postwertzeichen . . . 7
Begriff der Postwertzeichen . . . 18
Die Bedeutung der Briefmarke in historischer und kulturhistorischer Beziehung . . . 22
Verbreitung der Postwertzeichen und Steigerung ihres Verbrauches 24
Herstellungsarten der Briefmarken . . . 27
Arten und Gattungen der Postwertzeichen . . . 34
Von den Privatpostwertzeichen . . . 41
Unterscheidungsmerkmale der Postwertzeichen . . . 44
Vom Formate . . . 45
Vom Papier . . . 46
Von der Umrandung . . . 49
Vom Wasserzeichen . . . 52
Vom Muster oder der Zeichnung . . . 54
Von der Farbe . . . 56
Von den Schriftzeichen und Schriftarten . . . 59
Von den Sprachen . . . 61

Seite

Von der Wertangabe 63
Von den Stecherzeichen 65
Von den Kontrollzeichen 67
Von der Gummierung 68
Die Gauffrage 70
Vom Untergrunde 71
Vom Überdruck 72
Vom Aufdruck 73
Vom Schnitt 80
Vom Klappenstempel 80
Vom Vordruck 81
Von den unabsichtlichen Verschiedenheiten ein und desselben Postwertzeichens 82
Typenverschiedenheiten 82
Fehldruck 83
Farbennuancen und -Varietäten 84
Kuriositäten 85
Von den Vor- und Nachgebilden der Postwertzeichen . . . 85
Vorschläge — Essais — Druckproben 86
Neudrucke 88
Faksimiles 92
Fälschungen 93
1. Die sogenannten Fantasie- oder Spekulationsmarken 94
2. Die Nachahmungen wirklich verausgabter Postwertzeichen 96
3. Fälschungen, bei denen nur die Farbe der Marke oder des Papieres gefälscht, alles andere aber echt ist. 97
4. Fälschungen, bei denen nur die Umrandung der Marke falsch ist 100
5. Fälschungen, bei denen nur einzelne Teile der Zeichnung oder der Aufdruck gefälscht sind . . . 102
6. Falsche Entwertungsstempel auf falschen Marken . 104
7. Falsche Entwertungsstempel auf echten Marken . . 104
Von der Entwertung und den Entwertungsmitteln der Postwertzeichen 107
Vom Entwertungsstempel 110

Zweiter Teil.

Die Lehre vom Sammeln der Postwertzeichen (Philatelie).

Seite

Etymologische Erklärung des Wortes „Philatelie“ 113
Begriff und Umfang der Philatelie 115
Ist die Philatelie eine Wissenschaft? 116
Über den Wert der Philatelie 117
Von der Vorbildung und der Ausrüstung des Sammlers . . 120
Was soll gesammelt werden? 126
Von der Erwerbung der Postwertzeichen 130
Funde 131
Tausch 133
Kauf 137
Wie soll gesammelt werden? 140
Ob Neudrucke in die Sammlungen aufzunehmen sind 144
Ob sogenannte lädierte oder defekte Marken sammelfähig sind 145
Was sind Restbestände und welchen philatelistischen Wert haben dieselben? 146
Von den sogenannten Hamilton-Marken 148
Vom Bestimmen und Prüfen der Postwertzeichen 150
Vom Erkennen der Fälschungen 154
Vom Reinigen, Einkleben und Umkleben der Marken . . . 162
Vom Preise und Werte der Briefmarken und Briefmarkensammlungen 167
Von der Konservierung der Marken 171
Von der Fachliteratur und den der Philatelie förderlichen Einrichtungen 174
Die Fachpresse und -Literatur 175
I. Zeitschriften 175
II. Handbücher 181
Die Vereine 186
Prüfungsstellen 189

Seite
Die Postwertzeichen-Ausstellungen 191
Philatelistenkongresse 193
Die Briefmarkenbörsen 195
Die Briefmarkenversteigerungen 197

Dritter Teil.

Geschichte der Philatelie mit besonderer Berücksichtigung Deutschlands 200

Grundzüge der Briefmarkenkunde.

Die

Das P

Das
gelangen
Daß er d
Er that d
mit der
Als späte
Boten di
Überbring
mann sei
des Nachr
regelmäßi
bekannt.
völker ge
z. B. Her
regelmäßi
König D
beständige

Erster Teil.

Die Lehre von den Postwertzeichen.

Einleitung.

Das Postwesen vor der Einführung der Postwertzeichen.

Das Bedürfnis, Nachrichten an entfernte Personen gelangen zu lassen, hat der Mensch zu allen Zeiten gefühlt. Daß er dasselbe auch befriedigt hat, bedarf keines Beweises. Er that dies in der einfachsten Weise, indem er einen Boten mit der Überbringung der mündlichen Nachricht betraute. Als später die Schriftzeichen erfunden wurden, wurde dem Boten die betreffende Wachstafel oder Papyrusrolle zur Überbringung an den Adressaten übergeben. So war jedermann sein eigener Postmeister. Wie lange diese primitive Art des Nachrichtenverkehrs dauerte und wo und von wem der erste regelmäßige Nachrichtendienst eingeführt wurde, ist nicht bekannt. So viel aber ist gewiß, daß schon die alten Kulturvölker gewisse postalische Einrichtungen besaßen. So berichtet z. B. Herodot, daß König Cyrus um 588 v. Chr. einen regelmäßigen Postdienst mit Boten und Beamten herstellte. König Darius von Persien 522—486 v. Chr. hatte einen beständigen Eilbotenverkehr eingerichtet, wodurch er

sich über die Vorkommnisse in den entferntesten Teilen seines großen Reiches unterrichten ließ.

Diese Eilboten waren in gewissen Entfernungen von einander aufgestellt, und überbrachten einander die Nachrichten auf gesattelt bereit gehaltenen Pferden, bis sie schließlich an Darius gelangten.

Die römische Post „cursus publicus Romanus" genannt, scheint, nach den Darstellungen von Cäsar, Cicero und Tacitus, an Schnelligkeit unserer heutigen Post, selbst wenn man die Eisenbahnen in Betracht zieht, nicht bedeutend nachgestanden zu haben.

Was speziell Deutschland betrifft, so verdankt es Karl dem Großen die ersten Posteinrichtungen, einen regelmäßigen Kurierdienst in Deutschland, Spanien und Italien, den auch die Kaufleute, jedoch nur gegen Bezahlung, benutzen durften.

Auch bediente man sich in Deutschland lange der sogenannten „Metzgerpost", indem sich die Metzger, die im Besitze von Pferden waren, allgemein damit beschäftigten, nicht nur Briefe, sondern auch Personen zu befördern.

Im 13. Jahrhundert organisierten einerseits Kaiser Rudolf von Habsburg, und anderseits der Deutsche Orden förmliche Postanstalten.

Später wurde der Postdienst in Deutschland vielfältig von den Buchhändlern besorgt, bis endlich Franz Leonhard I. von Thurn und Taxis von Kaiser Rudolf II. am 16. Juni 1595 zum General-Oberpostmeister im Reich ernannt und dessen Sohn Lamoral I. vom Kaiser Mathias durch den Lehenbrief vom 27. Juli 1615 mit dem Reichs-Erb-General-Postmeisteramt im Deutschen Reiche und den Niederlanden belehnt wurde.

Das Erträgnis dieses Lehens war ein sehr bedeutendes, denn die Taxen, welche für die Beförderung von Briefen gezahlt werden mußten, und welche sich sowohl nach dem Gewichte als nach der Entfernung richteten, waren sehr bedeutende, und wenn dieselben auch im Laufe der Zeiten

nicht unwesentlich ermäßigt wurden, so lassen sie sich doch mit den heutigen Portogebühren nicht vergleichen.

Die Erhebung der Portogebühr geschah in der Weise, daß entweder der Aufgeber dieselbe bei Aufgabe des Briefes am Postschalter bar bezahlte, oder daß, wenn der Brief unfrankiert aufgegeben wurde, das Postgeld bei Übergabe des Briefes an den Adressaten von diesem abgefordert wurde.

Die britische Postreform von 1840 und das Penny-Porto-System.

In England, welches im Anfang unseres Jahrhunderts den größten Postverkehr aufwies, war man mit dem Postverkehr schon lange unzufrieden, und je mehr er sich steigerte, desto mehr wuchs die Unzufriedenheit. Man beklagte sich ebenso über die Umständlichkeit wie über die Kostspieligkeit der Briefbeförderung. In beiden Richtungen waren die Beschwerden berechtigt, und insbesondere der Handelsverkehr litt empfindlich unter den hohen Portosätzen. Diese richteten sich nach der Entfernung zwischen dem Aufgabe- und dem Bestimmungsorte und nach der Anzahl der Bogen, die der Brief umfaßte, wobei das Couvert als ein Bogen gerechnet wurde. Es entstand eine heftige Agitation für ein billiges und einheitliches Porto, welches sowohl für das Inland, als auch für das Ausland Geltung haben sollte.

Schon im Jahre 1824 trat Samuel Roberts aus Conway öffentlich für ein einheitliches Porto ein und die Regierung wurde von einer Menge von Beschwerden, Denkschriften, Vorschlägen ꝛc. überflutet, so daß sie sich im Jahre 1835 bemüßigt sah, eine Kommission zur Prüfung dieser Angelegenheit einzusetzen, mit deren Vorsitz Robert Wallace betraut wurde.

In dieser Kommission wurden insbesondere die Anträge gestellt, das Porto von nun an nach dem Gewichte zu bemessen, und für kaufmännische Preislisten und Mitteilungen einen einheitlichen und ermäßigten Portosatz einzuführen.

Der erstere Antrag wurde von Robert Wallace selbst, der letztere von Lord Lonsdale eingebracht.

Aber erst dem unermüdlichen Fleiße Rowland Hills, welcher mit Beginn des Jahres 1837 eine Flugschrift betitelt: „Die Postreform, ihre Wichtigkeit und Durchführbarkeit" veröffentlichte, in welcher er nachwies, daß das Porto ohne Rücksicht auf die Entfernungen auf 1 Penny für eine halbe Unze (= 7 Gramm) herabgesetzt werden könne und daß die Postverwaltung trotzdem dabei gewinnen müsse, gelang es, diesem Gedanken zum Durchbruche zu verhelfen. Das Porto sollte entweder bar oder durch Verwendung von gestempelten Umschlägen oder Briefbogen entrichtet werden.

Seine Reformvorschläge begegneten anfänglich einem hartnäckigen Widerstande von seiten der Staatsverwaltung und insbesondere der obersten Postbehörde, allein das Publikum sowohl als auch die öffentliche Meinung sprachen sich einstimmig für die rasch populär gewordene Idee einer Postreform aus, sodaß die Regierung nicht umhin konnte den Plan im Jahre 1839 dem Parlamente vorzulegen.

Trotzdem wäre das Projekt nicht durchgedrungen, weil keine zweckmäßige Art gefunden wurde das Porto in möglichst einfacher Weise im voraus zu erheben, wenn es den Postreformern nicht gleichzeitig möglich gewesen wäre, mit einem neuartigen Frankierungsmittel — der aufklebbaren Briefmarke — hervorzutreten. Dieser Umstand rettete die Vorlage und es wurde die Penny-Porto-Bill Anfang August 1839 vom Parlamente angenommen und am 17. August desselben Jahres von der Königin sanktioniert.

Wie es dazu kam, daß den Männern, welche sich um die Postreform großen Ruhm erworben hatten, im richtigen Augenblicke auch diese neue Erfindung, die sich seither die Welt erobert hat, zu Gebote stand, soll im nächsten Abschnitte gezeigt werden.

Erfindung und Geschichte der Postwertzeichen.

Während, wie wir weiter unten hören werden, den Engländern der Ruhm gebührt, die aufklebbaren Briefmarken erfunden und zuerst eingeführt zu haben, können die Franzosen die Priorität der Erfindung und Einführung von Postwertzeichen im allgemeinen für sich in Anspruch nehmen. Es ist nämlich nachweisbar, daß man sich in Paris schon in den Jahren 1653 und 1654 einer Art von Postwertzeichen, welche „billets de port payé" genannt wurden, bedient hat. Über Form, Wesen und Erfindung derselben war man lange im Unklaren, bis durch die eingehenden Forschungen von Theodor Haas in Leipzig Licht in die Sache gebracht wurde.

Diesen Forschungen zufolge hatten diese billets de port payé die Form von längeren Papiersteifen ähnlich den derzeitigen Streifbändern. Sie führten als Aufschrift die Worte „port payé" und einen Vordruck für die Angabe des Tages, an dem das betreffende Briefstück aufgegeben wurde, welcher so lautete: Le . . . . jour de l'an 1653 (oder 1654). Außerdem trugen sie einen Frankierungsstempel, der leider nicht näher bekannt ist. Während nämlich ein Briefbogen vorhanden ist, der mittels eines solchen billet de port payé befördert worden ist, konnte bisher ein billet selbst nicht zu Tage gefördert werden. Sicher aber ist, daß das einzelne billet einen Sou kostete und daß der betreffende Brief als durch dasselbe frankiert galt.

Die Einführung dieser billets hing mit einer andern Neuerung zusammen, die der damalige geniale Postreformator v. Valayer ins Leben rief, nämlich den — Briefkästen. Statt daß man die Briefe an die wenigen Postbureaus, die es zu jener Zeit in Paris gab, bringen und dort das Postgeld zahlen mußte, kaufte man sich diese billets, schlang sie um den Brief oder steckte sie in denselben und warf den letztern in einen der Briefkästen. Der Portosatz war ein einheitlicher, ohne Rücksicht auf das Gewicht des Briefes,

wohl aber mußte jeder Brief frankiert werden. Wer sich eines billet de port payé bediente, mußte das vorgedruckte Datum ausfüllen, konnte aber den Brief nach Belieben offen oder geschlossen aufgeben. Die Entwertung des Frankierungszeichens fand in der Weise statt, daß ein Beamter vor Übergabe des Briefes an den Adressaten das billet wegnahm.

Diese Einrichtung erhielt sich jedoch nur einige wenige Jahre, indem schon im Jahre 1662 einem Kaufmanne die Bewilligung zur Errichtung einer Stadtbriefbeförderung in Paris erteilt wurde und sohin die billets außer Gebrauch kamen und in Kürze gänzlich in Vergessenheit gerieten.

Was die Erfindung dieser ersten Postwertzeichen anbelangt, so wurde sie und wird noch vielfältig, jedoch wie Theodor Haas glaubhaft dargethan hat mit Unrecht, der Herzogin Anne Geneviève de Longueville zugeschrieben. Wer der Erfinder derselben war, konnte bis heute nicht nachgewiesen werden.

Den nächsten Postwertzeichen begegnen wir im Jahre 1683 in London. William Dockwra hatte am 1. April 1680 in London eine Stadtpost gegründet. Ein Steuerbeamter namens Johann oder Thomas oder auch Robert Murray trat dem Unternehmen bei und führte im Jahre 1683 als Frankaturzeichen einen dreieckigen Handstempel ein, welcher den Briefen aufgedruckt wurde und die Umschrift: „Penny-Post-Paid" führte. Es gab jedoch auch Briefbogen, welchen dieser Handstempel schon vorher aufgedruckt wurde und die so gekauft werden konnten. Die Ähnlichkeit derselben mit einigen unserer modernen Postwertzeichen ist nicht zu verkennen.

Mehrfach wird behauptet, daß auch König Karl II. von England um die Mitte des 17. Jahrhunderts Frankierungszeichen in Form von Couverts zur Beförderung seiner sowie der Briefschaften des Hofes und der höhern Beamten anfertigen ließ, allein ganz abgesehen davon, daß dafür ein urkundlicher Nachweis nicht vorliegt, hat Karl von Gündel die hohe Unwahrscheinlichkeit dieser Angabe dargethan.

Es verflossen nun mehr als 130 Jahre ohne daß Postwertzeichen im Gebrauche gewesen wären, woraus man wohl den Schluß ziehen kann, daß die bisher erwähnten Postwertzeichen, sei es wegen ihrer unbequemen Form oder wegen der Umständlichkeit ihrer Verwendung, ihren Zweck nicht erfüllten, oder daß die Menschheit zu jener Zeit für diese Einrichtung noch nicht reif war.

Diesmal war es Sardinien, welches im Jahre 1819 und 1820 postalisch gestempelte Bogen, der „Carta postale bollata", wie sie genannt wurden, verausgabte.

Dieselben dienten jedoch nicht zur Frankatur für vom Staate geleistete Postdienste, sondern repräsentierten eine Art Abgabe, welche dafür entrichtet werden mußte, daß ein Brief privatim befördert werden durfte. Nur insofern es sich um dienstliche Korrespondenzen handelte, hatten diese Briefumschläge die Natur von postalischen Frankierungszeichen. Sie wurden durch ein Dekret der königl. Rechnungskammer vom 3. Dez. 1818 in Kurs gesetzt, kosteten je nach der Entfernung 15 — 50 Centesimi und blieben bis zum Jahre 1836 in Verwendung.

Fig. 1.
Carta postale bollata.

Es sollen zwar von einer Dampfschiffahrtsgesellschaft in Schottland schon im Jahre 1812 eine Art von Briefmarken ausgegeben worden sein, doch konnte hierüber bisher etwas Näheres nicht festgestellt werden.

Die sardinischen Briefbogen waren die unmittelbaren Vorläufer jener Postwertzeichen, welche England im Jahre 1840 einführte und die sich seither über die ganze civilisierte Welt verbreitet haben.

Doch muß bei dieser Gelegenheit erwähnt werden, daß im Jahre 1823 im schwedischen Reichstage ein Antrag auf Einführung gestempelter Briefumschläge eingebracht wurde, der jedoch nicht zur Annahme gelangte. Am 3. März dieses

Jahres stellte nämlich Curry Gabriel Treffenberg im schwedischen Reichstage den Antrag auf Reform des Postwesens und schlug darin vor, ein gestempeltes Papier zu verschiedenen Werten herzustellen und es, wie die Stempelbogen, öffentlich feilzuhalten, damit es vom Publikum gekauft und als Umschlag für Briefe benützt werden könnte, welche sohin von der Post ohne weiteres zu befördern seien. Da er jedoch mit seinem Antrage nicht durchdrang, blieb sein Projekt unausgeführt.

Erst die große Bewegung, welche in den dreißiger Jahren der Plan einer Postreform in England hervorrief, endete damit, daß am 6. Mai 1840 daselbst gestempelte Couverte und aufklebbare Briefmarken ausgegeben wurden. Was die gestempelten Couverte anbelangt, so ist es unbestritten, daß Rowland Hill die Einführung derselben schon in seinem berühmten Pamphlete vom Jahre 1837 vorgeschlagen hat. Ob er auch als der Erfinder derselben anzusehen sei, mag dahingestellt bleiben, denn es steht fest, daß schon im Jahre 1834 von anderer Seite ein ähnlicher Vorschlag eingebracht worden ist.

In den Jahren 1832—1834 wurde nämlich in England lebhaft gegen den damals vorgeschriebenen Zeitungsstempel agitiert und begehrt, daß für jeden Zeitungsbogen statt 4 Pence nur 1 Penny entrichtet werden sollte.

Da vertrat der Verleger Charles Knight in London in der Nummer vom 1. Juni 1834 seiner Zeitschrift „Companion to the News papers“ die Idee, daß das Zeitungsporto vorauserhoben werden sollte, und schlug vor, daß dies durch Umschläge mit vorgedrucktem 1 Penny-Stempel zu geschehen hätte, welche von den Postämtern verkauft werden sollten. Wenn nun auch Knights Idee keinen Erfolg hatte, so mochte doch Rowland Hill, als es sich im Jahre 1837 um die Verwirklichung der Postreform und um die Einführung des einheitlichen Penny-Portos handelte, diesen Gedanken aufgegriffen haben.

Das Parlament konnte sich jedoch mit diesem Vorschlage nicht befreunden, indem es besorgte, daß diese Briefumschläge und Briefbogen leicht gefälscht werden könnten, und wenn derselbe auf dringende Vorstellung Hills doch endlich sanktioniert wurde, so verhielt sich doch das Publikum sehr ablehnend, indem es sich der gestempelten Umschläge fast gar nicht bediente. So läßt sich denn die Behauptung aufstellen, daß die Postreform, selbst nachdem sie schon beschlossen war, ein totgeborenes Kind geblieben wäre, wenn nicht rechtzeitig die aufklebbaren Briefmarken erfunden worden wären.

Was nun die aufklebbaren Briefmarken anbelangt, so hielt man bis in die allerneuste Zeit Rowland Hill für den Erfinder derselben, weil man eben die Postreform von ihrem äußern Zeichen, in welchem sie sich ganz besonders manifestierte — der Briefmarke — nicht zu trennen vermochte.

Erst seitdem im Jahre 1881 Patrick Chalmers, der Sohn des am 26. August 1853 verstorbenen Buchhändlers James Chalmers aus Dundee in Schottland, mit der Behauptung aufgetreten ist, daß sein Vater die aufklebbaren Briefmarken erfunden habe, hat man begonnen, darüber Nachforschungen anzustellen.

Patrick Chalmers selbst hat eine Reihe von Flugschriften erscheinen lassen, in denen er seine Behauptung zu erweisen suchte. Dadurch fand sich aber auch Pearson Hill, der Sohn Rowland Hills, veranlaßt, ähnliche Pamphlete zu Gunsten seines Vaters zu veröffentlichen, und es entstand ein Federkrieg, welcher heute noch nicht zu Ende wäre, wenn nicht Patrick Chalmers am 3. Oktober 1891 vom Tode ereilt worden wäre.

Patrick Chalmers' Pamphlete hatten zwar den Erfolg, daß ein großer Teil der englischen und außerenglischen Sammlerwelt sich zu der Ansicht bekehrte, daß die aufklebbare Briefmarke eine Erfindung seines Vaters gewesen sei, wie denn auch im nichtsammelnden Publikum, in der Presse und in mehreren gelehrten Gesellschaften sich Stimmen in

diesem Sinne erhoben, allein ein großer Teil steht noch heute auf Seiten Pearson Hills, welcher diese Erfindung seinem Vater zuschreibt, und der Rest besteht aus Skeptikern, welche sich keine selbständige Meinung gebildet haben und eine abwartende Haltung einnehmen.

Unter den deutschen Philatelisten hat die Sache Chalmers' einen warmen Vertreter in der Person des Oberstlieutenants a. D. Karl v. Gündel in Baden bei Wien gefunden, welcher sich der dankenswerten und mühevollen Arbeit unterzogen hat, in dieser Frage Quellenstudien zu machen, und der auf Grund der eindringendsten Forschungen zu der Überzeugung gelangt ist, daß die Ansprüche Chalmers' im vollen Umfange berechtigt sind. Indem ich nun die Einführung der aufklebbaren Briefmarke bespreche, folge ich seinen, wie gesagt, auf Quellen gestützten Darstellungen.

Als der von Rowland Hill vorgeschlagene Plan, die Frankierung durch einen Stempel zu bewirken, welcher dem Briefpapier oder den Briefumschlägen aufgedruckt werden sollte, weder von der obenerwähnten Kommission, noch von der Regierung gebilligt wurde, sandte James Chalmers, der schon im Jahre 1834 Proben einer aufklebbaren Briefmarke in seiner Buchdruckerei hatte herstellen lassen, seinen Vorschlag an Robert Wallace ein und zwar im November 1837, und dieser brachte im Juli 1839 im Unterhause und Lord Ashburton im August 1839 im Oberhause den Gegenstand zur Sprache.

Fig. 2.
Chalmers' Briefmarke.

Die Folge davon war, daß das Schatzamt schon am 23. August 1839 eine Aufforderung an das Publikum erließ, Muster von Frankierungszeichen einzusenden. Es gingen eine große Anzahl solcher und darunter auch 50 Muster von aufklebbaren Zeichen ein. Auch James Chalmers hatte sich

an der Konkurrenz beteiligt, doch wurde sein Muster nicht acceptiert. Angenommen und mit Preisen belohnt wurden der Vorschlag gestempelter Couverte von Mulready und das Muster einer aufklebbaren Marke von Cheverton.

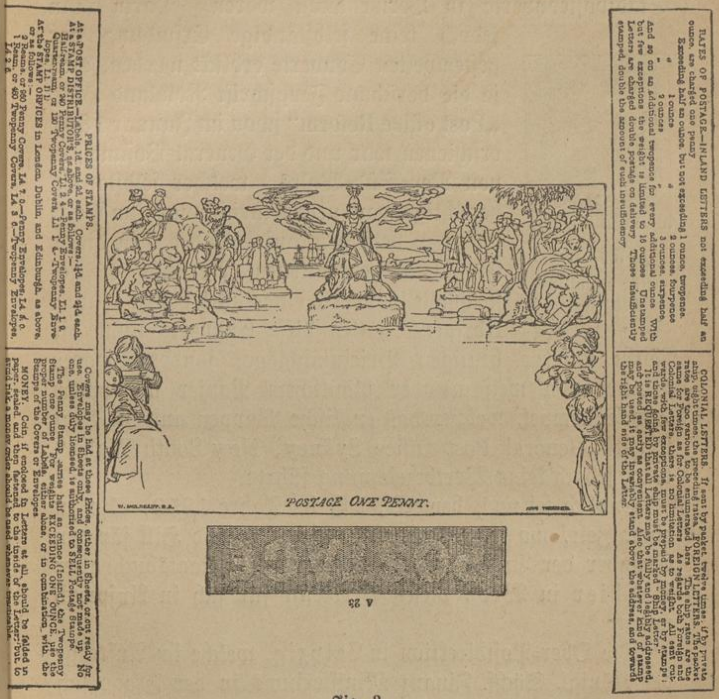


Fig. 3.
Mulreadys Couvert.

Später wurden die aufklebbaren Marken jedoch den Münzen nachgebildet und trugen den idealen Kopf der Königin. Die Couverte wurden vom Publikum gar nicht beachtet, während die Nachfrage nach den Briefmarken eine so große war, daß,

obwohl die Pressen Tag und Nacht arbeiteten, nicht genug davon beschafft werden konnten. Am 6. Mai 1840 wurden beide Frankierungszeichen ausgegeben.

Hierbei muß erwähnt werden, daß in Sydney, in Neu-Süd-Wales, schon seit 1. November 1838 gestempelte Stadtpostcouverte in Verwendung waren. Darin kann jedoch keine selbständige Erfindung der gestempelten Couverte erblickt werden, weil ja die berühmte Flugschrift Rowland Hills „Post office Reform" schon im Januar 1837 erschienen war und der General-Postmeister von Neu-Süd-Wales, welcher selbständig berechtigt war, neue Einrichtungen im Postwesen zu verfügen, auf Grund des in dieser Flugschrift enthaltenen Vorschlages gestempelte Couverte eingeführt haben konnte. Übrigens hatten diese Couverte nicht die Form unserer heutigen Briefumschläge, sondern waren Blätter von weißem oder bläulichem Papier mit einem Trockenstempel, welcher das englische Wappen und die Umschrift „General Post Office Sydney, New South Wales" trug, jedoch keine Wertbezeichnung führte.

Fig. 4.
Erste eigentliche Briefmarke.

Endlich sei noch bemerkt, daß im Jahre 1858, also zu einer Zeit, wo man noch allgemein Rowland Hill für den Erfinder der Briefmarken hielt, der Vice-Staatsbuchhalter Koschier in Wien dieses Verdienst für sich in Anspruch nahm.

Die Ober-Postdirektion in Leipzig, welche im Auftrage des Königl. Sächs. Finanz-Ministeriums in der Frage sich zu äußern hatte, erstattete unterm 6. August 1858 ihren Bericht dahin, daß es nach den von Laurenz Koschier vorgelegten Schriftstücken keinem Zweifel unterliegen könne, daß derselbe bei der österreichischen Regierung schon im Jahre 1836 die Beseitigung der Brieffrankierung mittels baren Geldes und an Stelle der letztern die Einführung von Frankomarken in Vorschlag gebracht habe. Auch soll Koschier

schon im Jahre 1835 mit einem Engländer Namens Galvay in Laibach eine Unterredung gehabt haben, durch welche Koschier den Anstoß zur Hillschen Briefpostreform gegeben zu haben glaubt. Eine nähere Untersuchung der Koschierschen Ansprüche von Seiten der Philatelisten hat nicht stattgefunden, zumal zur Zeit, als derselbe sie geltend machte, das Briefmarkensammeln noch in den Windeln lag, und ebensowenig ist bekannt, welchen Erfolg Koschiers Reklamationen bei den maßgebenden Behörden hatten.

Aus der bisherigen Darstellung ergiebt sich nun zur Evidenz, daß Postwertzeichen zwar schon seit mehr als 200 Jahren bekannt sind, daß dieselben jedoch nur die Form unserer Briefumschläge und Streifbänder hatten, daß hingegen die aufklebbare Briefmarke eine Erfindung der neuesten Zeit ist. Die Erklärung für diese Erscheinung liegt darin, daß eine Reihe europäischer Staaten schon seit Beginn des 17. Jahrhunderts Stempelbogen verwendete, um damit die Gebühren für Urkunden zu erheben, und daß der Gedanke somit nahe lag, in gleicher Weise auch das Briefporto zu erheben. Derartige Stempelbogen standen erwiesenermaßen am frühesten, nämlich 1624, in den Niederlanden in Gebrauch und wurden 1655 in Frankreich durch Ludwig XIV., 1682 in Sachsen, 1686 in Österreich, 1694 in England eingeführt.

Der Schritt von den Briefumschlägen und Streifbändern zur — Briefmarke erforderte fast 200 Jahre.

Nächst der Briefmarke hat sich seit einem Vierteljahrhundert noch ein anderes Postzeichen, die Postkarte, die Gunst des Publikums im Sturmschritt erworben, so daß es gerechtfertigt erscheint, auch deren Geschichte kurz zu berühren.

Diesfalls kommen nur zwei Persönlichkeiten in Betracht, nämlich der derzeitige General-Postmeister des Deutschen Reiches, Staatssekretär Dr. Heinrich von Stephan, und der österreichische Ministerialrat im Handelsministerium Dr. Emanuel Hermann. Letzterer, damals Professor der Nationalökonomie an der Militär-Akademie in Wiener-

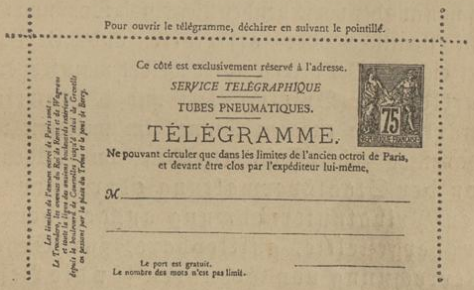
Neustadt, gab in Verbindung mit dem damaligen Sektionsrate, späteren österr. General-Post- und Telegraphen-Direktor Freiherrn v. Kolbensteiner den Anstoß zur Einführung der Postkarte in Österreich, welchem Lande auch das Verdienst gebührt, dieses Postwertzeichen am 1. Oktober 1869 zuerst eingeführt zu haben; allein die Erfindung derselben dürfte dem damaligen königlich preußischen Postrate Dr. Stephan zuzuschreiben sein, welcher schon im Oktober 1865 beim 5. deutschen Postkongreß in Karlsruhe eine

Fig. 5.
Erste Postkarte.

Denkschrift eingereicht hatte, worin er für die Einführung eines „Postblattes" für offene Mitteilungen plädierte, die aber abgelehnt wurde. Dieses Postblatt war aber allerdings von der später in Österreich eingeführten Postkarte wesentlich verschieden. Erst am 25. Juni 1870 folgte Deutschland dem Beispiele Österreichs. Seither hat sich auch dieses Postwertzeichen nahezu in der ganzen Welt eingebürgert.

Endlich verdient auch noch der Kartenbrief, das modernste und nun schon sehr verbreitete Korrespondenzmittel, eine kurze Beleuchtung.

Am 17. Januar 1872 Nr. $\frac{23592}{2182}$ ex 1871 erwarb ein Ungar, Dr. Karl Akin, Mitglied der ungarischen Akademie der Wissenschaften, das Privilegium auf die Erfindung eines „Couvert-Briefpapiers", wie er es nannte, als eines Korrespondenzmittels, welches mit der einfachen Form der Postkarte den Schutz des Briefgeheimnisses vereinigte, für die Dauer eines Jahres. Er bot seine Erfindung den Regierungen von Österreich und Deutschland an, welche aber beide ablehnten. Andere Staaten ließen sich zwar in Unterhandlungen ein, doch führten diese zu keinem Ergebnis. Als aber die Zeit des Privilegienschutzes zu Ende war, wurde die Erfindung und zwar zuerst von Frankreich 1879 (Rohrpost-Kartenbriefe), dann von Belgien 1882 ꝛc. eingeführt.


Pour ouvrir le télégramme, déchirer en suivant le pointillé.

Ce côté est exclusivement réservé à l'adresse.

SERVICE TÉLÉGRAPHIQUE

TUBES PNEUMATIQUES.

TÉLÉGRAMME.

Ne pouvant circuler que dans les limites de l'ancien octroi de Paris, et devant être clos par l'expéditeur lui-même,

M.

Le port est gratuit.
Le nombre des mots n'est pas limité.

Fig. 6.
Erster Kartenbrief.

Am 1. April 1893 endete in Preßburg Ludwig Akin, ein Bruder des vorgenannten Dr. Karl Akin, durch Selbstmord, nachdem er tags vorher an die Redaktion des Preßburger Journals ein Schreiben gerichtet hatte, worin er sich als Erfinder des Kartenbriefes bezeichnet und um Unterstützung seiner Witwe bittet. Diese Angabe wird von seiner Witwe Cornelie Akin bestätigt, welche erklärt haben soll, daß ihr Mann die Erfindung seinem

Bruder überlassen, damit er seinen Namen noch bekannter mache.

Mag dem nun sein wie ihm wolle, daran ist nicht zu zweifeln, daß einer der beiden Genannten als der Erfinder des Kartenbriefes anzusehen ist. Seither hat übrigens auch Dr. Karl Akin durch Selbstmord geendet.

Begriff der Postwertzeichen.

Unter Postwertzeichen im allgemeinen versteht man Wertzeichen, deren sich die Staatsverwaltungen oder die von denselben hierzu ermächtigten Privatbeförderungsanstalten zum Zwecke der Erhebung oder der Verrechnung der Gebühren für postalische Dienstleistungen bedienen. Sie zerfallen zunächst, wie sich dies schon aus der vorstehenden Begriffsbestimmung ergiebt: A in staatliche oder offizielle und B Privat-Postwertzeichen. Bei beiden unterscheidet man ferner: a aufklebbare Briefmarken und b Ganzsachen. Briefmarken (im engeren Sinne, im weiteren versteht man darunter die Postwertzeichen im allgemeinen) sind von der Staatsverwaltung oder einer hierzu befugten Privatunternehmung ausgegebene, aus Papier hergestellte, aufklebbare, zur Erhebung oder Verrechnung von Gebühren für die Beförderung von Postsendungen oder für die Verrichtung anderer postlichen Dienstleistungen bestimmte Wertzeichen. Unter Ganzsachen dagegen versteht man die zu gleichem Zwecke ausgegebenen Formulare mit aufgedrucktem oder eingeprägtem Wertstempel oder Wertbezeichnung.

Das charakteristische Moment, welches bei allen Postwertzeichen zutreffen muß, ist demnach ein Wertzeichen. Während aber die eigentliche Briefmarke nur aus diesem Wertzeichen besteht, bildet bei den sogenannten Ganzsachen der Wertstempel nur einen — in der Regel kleinen — Teil

des Postwertzeichens. Wo dagegen ein Wertzeichen mangelt, liegt kein Postwertzeichen vor. Der Hauptunterschied zwischen Briefmarken und Ganzsachen aber liegt darin, daß die ersteren zum Behufe ihrer Anwendung den Postsendungen oder Formularen erst aufgeklebt werden müssen, während bei den letzteren die Briefmarke (das Wertzeichen) dem betreffenden Formulare bereits aufgedruckt oder eingeprägt ist. Zu den Ganzsachen gehören daher Briefumschläge, Streifbänder, Postkarten, Kartenbriefe ꝛc., wobei bemerkt werden muß, daß das Wort „Ganzsachen" erst seit ungefähr 25 Jahren für Postwertzeichen mit eingeprägtem oder aufgedrucktem Wertstempel in Gebrauch ist und daß es früher an einem Gesamtnamen dafür fehlte. Die vielen Formulare, deren sich die Postanstalten teils im öffentlichen, teils im innern Postverkehr bedienen, sind, solange sie keinen eingeprägten oder aufgedruckten Wertstempel tragen, keine Postwertzeichen, was auch von den Postkarten ohne Wertstempel gilt. Eben so wenig können jene Zeichen, die die Postverwaltung Postsendungen oder Formularen zum Zwecke eines Vermerkes, wie „Eingeschrieben", „Unbestellbar", „Franko" ꝛc. aufklebt, aufstempelt oder aufdruckt, als Postwertzeichen angesehen werden. Sie dienen nur zur Regelung des Verkehrs und werden daher „Verkehrszeichen" genannt.

Daß auch die postalischen Wertzeichen, welche für die Rohrpost in Verwendung sind, Postwertzeichen im wahren Sinne des Wortes sind, bedarf nach dem Gesagten keines weiteren Beweises.

Ein fernerer wesentlicher Unterschied der Postwertzeichen liegt darin, daß sie zur Erhebung oder Verrechnung von Gebühren für postliche Dienstleistungen bestimmt sind. Wo dieses Erfordernis fehlt, kann gleichfalls nicht von einem Postwertzeichen gesprochen werden. Aus diesem Grunde muß den Postsparkarten der Charakter von Postwertzeichen abgesprochen werden. Die Postsparkassen sind eine Einrichtung der neuesten Zeit, sie haben mit dem eigentlichen Zwecke der Post, der Beförderung von Personen und Sachen.

nichts gemein. Wenn auch die Verwaltung dieser Sparkassen den Postbehörden übertragen wurde, so handelt es sich hierbei doch nicht um postliche Leistungen. Die Postsparkarten sind daher, wenn sie auch, wie in Österreich, den eingeprägten Wertstempel einer Briefmarke tragen, nicht zu den Postwertzeichen zu rechnen.

Das gleiche gilt auch von dem postamtlichen Papiergelde, den sogenannten Postalordres oder Postbons. Solche werden von den Vereinigten Staaten von Nordamerika, von Ceylon, Kapland, Belgien, Luxemburg, Frankreich ꝛc. ausgegeben, um den Kaufleuten die Versendung kleinerer Geldbeträge zu erleichtern.

Die Postalnote ist ein Mittelding zwischen Banknote und Postanweisung und wird von den Postämtern verausgabt. Wer eine kleine Geldsumme zu versenden hat, läßt sich von seinem Postamte eine auf die zu verschickende Summe lautende Postalnote geben und sendet dieselbe an die Person, der er das Geld zu schicken hat, welche den bezüglichen Betrag bei jedem Postamte erheben kann. Dafür erhebt die Post eine kleine Gebühr, welche mittels einer auf der Postalnote befindlichen Marke quittiert wird. Die fragliche Gebühr wird also nicht für die Beförderung der Postalnote — denn diese muß noch außerdem bezahlt werden —, sondern für die durch die Postalnoten gewährte Erleichterung in der Versendung des Geldes eingehoben. Ja in Schleswig-Holstein stand bis zum 1. April 1854 sogar eine dänische Münze $^1/_5$ Rbs. in Gebrauch, welche, obgleich sie auch als Scheidemünze Geltung hatte, doch nur für Postzwecke angefertigt und durch die Postämter in Kurs gesetzt wurde und zur Ausgleichung des in Courantgeld gezahlten, aber in Reichsbankschillingen ausgeworfenen Portos bestimmt war. Auch diese Postmünze ist daher kein Postwertzeichen.

Schwieriger gestaltet sich allerdings die Frage, ob die präphilatelistischen Postscheine von Preußen, Braunschweig, Hannover, der Schweiz ꝛc. als Postwertzeichen anzusehen sind. Diese Scheine, die mit einem eingeprägten

Wertzeichen versehen waren, galten als Bestätigung dafür, daß die Aufgeber einer Wertsendung die Gebühr für deren Übernahme und Registrierung bezahlt hatten. Heut zu Tage wird eine besondere Gebühr für diese Verrichtung der Post nicht mehr abgesondert erhoben. Daraus ergiebt sich also, daß der Postschein nur eine Empfangsbestätigung war. Hatte der Absender die Gebühr gezahlt, so konnte er den Postschein auch vernichten. Nicht mit dem Postscheine wurde also die Gebühr entrichtet, sondern durch bare Entrichtung der Taxe. Der Unterschied zwischen dem Postscheine und der Briefmarke, dem Streifbande ꝛc., womit eine Sendung unmittelbar frankiert wird, ist daher in die Augen springend und deshalb kann den Postscheinen die Natur von Postwertzeichen nicht zuerkannt werden.

Ferner giebt es eine Reihe von Frankierungszeichen, die den Postsendungen entweder mittels eines Handstempels aufgestempelt oder in Form von Oblaten u. dergl. aufgeklebt werden, um zu konstatieren, daß dieselben Portofreiheit genießen, wie beispielsweise die Handstempel der „Schiller-" und der „Tiedge-Stiftung" in Deutschland, die Handstempel, die 1872—1874 in Dresden zur Frankierung von am Schalter eingegebenen Drucksachen verwendet wurden, die deutschen Soldatenbriefmarken, die Frankierungszeichen des Gartenbauvereins in Preußen, der Pestalozzi-Stiftungen in Berlin und Hannover, die Frankozeichen für die Briefe der Regenten und ihrer Familien, der Mitglieder des Hauses der Lords und der Gemeinen in England, die Frankierungszeichen des Deutschen Eisenbahnvereins innerhalb des Norddeutschen Bundes (Freiland Entschädigungsconto), das Freicouvert für die Akademie für Kunst und Wissenschaft in Batavia 1878, die bayerischen Frankozeichen des Vereins zur Pflege und Unterstützung im Kriege verwundeter und erkrankter Soldaten u. s. w., die ebenfalls keine Postwertzeichen sind, weil sie keine Wertzeichen enthalten, sondern dieselben nur ersetzen.

Endlich sind auch die sogenannten Feldpostsachen (Feldpostkarten, Feldpostcouverts), welche in Kriegszeiten aus-

gegeben werden, um den Verkehr mit den vor dem Feinde stehenden Truppen zu erleichtern und zu sichern, weil sie kein Wertzeichen enthalten, keine Postwertzeichen.

An der Hand dieser Andeutungen wird es leicht sein, im gegebenen Falle zu beurteilen, ob man es mit einem Postwertzeichen zu thun habe oder nicht. Der Sammler wird daher nicht in Zweifel sein, daß Retourmarken, welche auf Briefe aufgeklebt werden, zum Zeichen, daß sie wegen Unbestellbarkeit an den Absender zurückgehen müssen, oder Verschlußmarken, mit denen seitens der Postanstalt Briefe verschlossen werden, die aus irgend einem Grunde amtlich eröffnet wurden, keine Postwertzeichen sind.

Verkehrswertzeichen, welche anderen als Postzwecken dienen, wie Stempel-, Wechsel-, Telegraphen-, Telephon-, Schulgeldmarken u. s. w. werden in diesem Buche, welches es nur mit den Postwertzeichen zu thun hat, nicht behandelt.

Die Bedeutung der Briefmarke in historischer und kulturhistorischer Beziehung.

Wie wir gesehen haben, wurde die Briefmarke zu Beginn des Jahres 1840 eingeführt, ihr Lebenslauf zählt daher nicht viel mehr als 50 Jahre. Daß sie sich mit ihrer Schwester, der Münze, in Bezug auf historische Bedeutung nicht im entferntesten messen kann, ist selbstverständlich. Ja sie wird die geschichtliche Bedeutung der letzteren schon aus Rücksicht auf die Vergänglichkeit des Stoffes, aus dem sie gebildet ist, niemals erreichen. Immerhin aber kann nicht verkannt werden, daß sie ein historisches Denkmal, wenn auch von zartester Form, darstellt. Sie belehrt uns häufig darüber, welcher Sprache, welcher Schriftzeichen sich ein Volk in einem gegebenen Zeitraume bediente, welchen Münzfuß, welche Regierungsform es hatte, wer es beherrschte u. s. w. Eine geordnete Sammlung von Briefmarken eines Landes oder

Volkes wird uns nicht selten ein getreues Bild seiner Geschichte zeigen. Ich brauche diesfalls nur auf die Briefmarken von Spanien, Frankreich, Mexiko u. s. w. zu verweisen, welche uns über alle Wandlungen unterrichten, die diese Länder und Reiche in den letzten 40—50 Jahren erlebt haben. Ob ein künftiger Geschichtsforscher jemals auf diese Quellen angewiesen sein wird, ist nicht entscheidend, denn auch die Münzen haben nur in verschwindend seltenen Fällen die einzigen oder maßgebenden Quellen der Geschichtsforschung gebildet. Weit wichtiger aber als die historische ist die kulturhistorische Bedeutung der Briefmarke. Durch sie wurde das Postwesen auf eine neue Grundlage gestellt, sie hat den Postverkehr vereinfacht und verbilligt und die Völker mit einem Schlage aneinandergerückt. Dadurch, daß die Kulturnationen mit einander und mit kulturell minder entwickelten Völkern in leichtern und regern Verkehr traten, verbreitete sich die Kultur, und dieser Erfolg ist demnach unmittelbar der Briefmarke zuzuschreiben. Die Postwertzeichen, welche mit den Posteinrichtungen der Völker in inniger Verbindung stehen, gewähren uns daher einen Einblick in dieselben. Aber auch noch in anderer Richtung belehren sie uns. Betrachtet man nämlich die Postwertzeichen der verschiedenen Völker oder vergleicht man die kursierenden Marken mit den außer Kurs getretenen, so wird man wahrnehmen, welcher Unterschied sich in Bezug auf ihr Aussehen, auf ihre Vollkommenheit u. s. w. ergiebt. Man wird finden, daß sich die Briefmarken ein und desselben Landes mehr oder minder gleichen und in ihrem Typus gleichsam ihr Land repräsentieren. Man wird weiter wahrnehmen, daß die Marken der großen Kulturnationen auch durch ihre technische Vollendung jene der minder entwickelten Völker überragen und daß die späteren Emissionen häufig schon einen bedeutenden Fortschritt in der Technik ihrer Erzeugung gegen die ersten Ausgaben bekunden. Wir werden also durch die Briefmarken ein Bild gewinnen, auf welcher Stufe der Entwicklung sich bei einem Volke die Graveurkunst, die Buchdruckerei, Papierindustrie

befinden und welche Fortschritte es in den letzten ~~40 bis 50~~ 100 Jahren darin gemacht hat.

Aus dem langsamern oder raschern Wechsel der Ausgaben wird man nicht selten auf den Charakter des Volkes schließen können. So wird die Briefmarke die Bildungsstufe des Volkes, dem sie angehört, anzeigen und so zugleich einen Gradmesser seiner Kultur darstellen.

Allerdings wird aus der größern oder geringern technischen Vollendung eines Postwertzeichens nicht immer mit Sicherheit auf die Kultur des betreffenden Volkes geschlossen werden können, weil es hie und da vorkommt, daß sich ein Staat seine Postwertzeichen im Auslande anfertigen läßt, wie dies z. B. Persien, Griechenland, Montenegro thaten, aber dies sind doch nur Ausnahmsfälle, so wie es auch selten vorkommt, daß die späteren Marken eines Landes einen technischen Rückschritt gegenüber den in einem frühern Zeitraume ausgegebenen bekunden, obwohl derlei Fälle thatsächlich vorkommen (Griechenland).

Verbreitung der Postwertzeichen und Steigerung ihres Verbrauches.

Die Briefmarken haben sich, seit sie an dem für alle Zeiten denkwürdigen 6. Mai 1840 zum ersten Male in England ausgegeben worden sind, im Fluge die Welt erobert, und heute existiert in Europa kein Staatengebilde, das sich derselben nicht bediente, und auch in den fremden Weltteilen haben sie in allen civilisierten Ländern festen Fuß gefaßt. Es ist nicht uninteressant, ihre Verbreitung zu verfolgen, denn dieselbe war keine schritt-, sondern eine sprungweise. Da ihre Wiege in England, also in der alten Welt, stand, so sollte man naturgemäß annehmen, daß sie sich zunächst in den übrigen Ländern Europas verbreitet und erst von da ihren Einzug in die fremden Weltteile gehalten hätten. Dem ist jedoch keineswegs so. Die ältesten

Marken nach den englischen sind die Lokalmarken von New York, welche schon im Jahre 1842 ausgegeben wurden. Nicht Europa, sondern Amerika war es also, welches sich die englische Erfindung zuerst zu Nutze machte. Im nächsten Jahre 1843 folgten Brasilien, Genf und Zürich, 1845 Basel, Brattleborough und New Haven, 1846 Baltimore, 1847 Mauritius, Providence, Alexandria und die Vereinigten Staaten von Nordamerika mit der ersten Generalausgabe, 1849 Bayern, Belgien, Frankreich und Neu-Süd-Wales, 1850 Hannover, Österreich, Preußen, Sachsen, Schleswig-Holstein, die Schweiz, Spanien, Britisch Guyana, Victoria u. s. w.

Es kann nicht die Aufgabe dieses Buches sein, die Daten über die Einführung der Briefmarken in allen Ländern des Nähern anzuführen. Hierüber giebt jedes Handbuch Aufklärung, es sollte bloß gezeigt werden, daß der Mutterweltteil anfänglich keineswegs wetteiferte, sich die Wohlthaten der neuen Erfindung zuzuwenden. Im Jahre 1850, wo die Briefmarke bereits in mehreren Ländern Amerikas, Afrikas und Australiens eingebürgert war, war sie in vielen großen und mächtigen Staaten Europas noch ein Fremdling. Seither hat sie sich jedoch nahezu über die gesamte civilisierte Welt ausgebreitet und gewinnt von Tag zu Tag an Boden. Den großen Wert dieses neuen Frankierungsmittels mag der Umstand beweisen, daß kein Staatswesen, welches dasselbe eingeführt hat, bisher davon abgekommen ist. Erwähnenswert ist hierbei auch, daß, obgleich in England zu gleicher Zeit mit den ersten Briefmarken auch gestempelte Briefumschläge ausgegeben wurden, die meisten Staaten vorerst nur die aufklebbare Briefmarke acceptierten, die Briefumschläge aber erst später, mitunter auch gar nicht einführten. Das eminent praktische der neuen Frankierungsmethode lag somit in der aufklebbaren Briefmarke und nicht im Briefumschlag.

Einen besonderen Erfolg hat unter den Ganzsachen nur die Postkarte aufzuweisen. Der Ruhm, sie zuerst eingeführt zu haben, gebührt Österreich, indem sie hier am 1. Oktober 1869

zum ersten Male ausgegeben wurde und zwar sogleich mit dem aufgedruckten Wertstempel.

Was ihre Verbreitung betrifft, so erfolgte dieselbe, unähnlich der Briefmarke, zunächst nur in Europa, wo sie schon im darauffolgenden Jahre 1870 in Baden, Bayern, Elsaß-Lothringen, Frankreich, Großbritannien, im Norddeutschen Postbezirk, Württemberg und Luxemburg eingeführt wurde, allerdings, mit Ausnahme von Großbritannien und Württemberg, durchwegs ohne aufgedruckte Wertzeichen. Es scheint also, daß man damit erst einen Versuch machen wollte. Nur England und Württemberg hatten die praktische Wichtigkeit des neuen Verkehrsmittels sogleich erkannt und gleich von Anfang an definitive Postkarten mit eingeprägter Marke zur Ausgabe gebracht. Im Jahre 1871 folgten Belgien, Kanada, Chile, Dänemark, das Deutsche Reich, Finnland und die Niederlande, 1872 Ceylon, Norwegen, Rußland und Schweden, 1873 Helgoland, Japan, Neufundland, Rumänien, Serbien, Shanghai, Spanien und die Vereinigten Staaten von Nordamerika, 1874 Italien, Niederländisch Indien, 1875 Guatemala, Neu-Süd-Wales, Uruguay, 1876 die Türkei, 1877 Jamaika u. s. w. und heute ist die Postkarte in den meisten Staaten in und außer Europa eingebürgert.

Welchen Einfluß die englische Postreform vom Jahre 1840 in Verbindung mit der Einführung der Briefmarke und der Postkarte sowie den Segnungen des Weltpostvereins auf den Briefverkehr ausgeübt hat, wird am besten durch einen Blick auf den Verbrauch an Postwertzeichen illustriert. Ein Beispiel soll dies zeigen.

In Deutschland wurden

im Fiskal-Jahre 1855	1 535 000	Briefmarken
	3 757 500	gestempelte Briefumschl.
im Fiskal-Jahre 1865	61 248 000	Briefmarken
	11 348 100	gestempelte Briefumschl.
im Fiskal-Jahre 1878	646 750 000	Briefmarken
	5 251 000	gestempelte Briefumschl.

endlich im Fiskal-Jahre 1892 = 1 326 660 000 Briefmarken verbraucht. Die Briefumschläge wurden in diesem Jahre außer Gebrauch gesetzt.

Aus den obigen Ziffern ersieht man zugleich die ungeheure Abnahme in der Verwendung gestempelter Briefumschläge in Deutschland. Die Ursache dieser Erscheinung liegt einerseits in der Einführung der Postkarte und anderseits darin, daß Deutschland den Preis der gestempelten Briefumschläge um die Papierkosten erhöhte. Übrigens ist der Verbrauch der letztern, mehr oder minder, überall gegenüber den Briefmarken und Postkarten ein verhältnismäßig geringer. Dagegen zählt die Postkarte zu den beliebtesten Korrespondenzmitteln und betrug der jährliche Verbrauch derselben im Jahre 1879, also zehn Jahre nach ihrer Einführung in den Ländern des Weltpostvereins, bereits 700 000 000 Stück und er hat sich seither nahezu vervierfacht, indem die Vereinigten Staaten von Nordamerika allein jährlich über 1000 Millionen Stück verbrauchen.

Herstellungsarten der Briefmarken.

Für den Briefmarkensammler ist die Kenntnis von der Herstellungsweise der Postfreimarken von hoher Wichtigkeit. Das Interesse für die Sammlung wird dadurch erhöht und der Sammler durch die Kenntnis der Markenherstellung in die Lage versetzt, Fälschungen, welche namentlich bei älteren, teuer bezahlten Markensorten vorkommen, unter Umständen zu erkennen. Aus diesen Gründen müssen wir den Herstellungsarten der Postwertzeichen eine etwas eingehendere Beachtung widmen.

Für die Herstellung der Postfreimarken kommen drei Verfahren in Betracht, der Buchdruck, der Kupferdruck und der Steindruck. Die größere Anzahl der im Verkehr befindlichen Marken wird in Buchdruck ausgeführt und zwar in einer oder in mehreren Farben im Flachdruck, dem öfters noch ein farbloser Prägedruck hinzugefügt wird.

Die Herstellungsweise der Stempel für Postfreimarken im Flachdruck ist folgende:

Nachdem das Markenbild im Entwurf festgestellt ist, schneidet der Graveur den Original- oder Urstempel derart in Stahl, daß er alles, was farbig auf dem Papier drucken soll, der Zeichnung entsprechend stehen läßt, die im Druck weiß erscheinenden Stellen dagegen herausgraviert. Soll der Stempel noch mit einem guillochierten Muster versehen werden, so wandert derselbe nach fertiggestellter Gravierung zur Guillochiermaschine, welche das gewünschte Muster der Zeichnung entsprechend mittels einer Diamantspitze in die mit Ätzgrund (Asphalt) überzogene Oberfläche des Stahlstempels radiert. Nachdem das Muster durch Ätzen vertieft worden ist, ist der Originalstempel zur Vervielfältigung fertig. Um nun eine Druckplatte von 100 Stück Marken zum Druck von Markenbogen in üblicher Größe zu erhalten, werden von dem Originalstempel 100 Abprägungen in Blei gefertigt, welche naturgemäß das Markenbild vertieft zeigen. Diese 100 Bleistempel in Würfelform von genau gleicher Größe werden, nachdem die für die Durchlochung zwischen den einzelnen Marken freibleibenden Räume festgestellt sind, in Reihen zu 10 Stück in eine Form zusammengeschlossen und dann als Matrize in den galvanischen Apparat gebracht. Das Kupfer setzt an den vertieften Stellen der Matrize an und es entsteht eine Platte von 100 Marken in genauer Größe der Matrize, welche nach Hinterlötung als Druckplatte mit 100 Stück in der Zeichnung völlig übereinstimmenden Marken Verwendung finden kann. Ehe diese Platte zum Druck der Marken benutzt wird, bringt man sie zur Gewinnung einer galvanischen Matrize in den galvanischen Apparat. Nachdem eine solche gewonnen ist, verwendet man für die fernere Herstellung von Druckplatten nicht mehr die ursprüngliche, aus geprägten Bleimatrizen bestehende Form, sondern die von der ersten Druckplatte gewonnene galvanische Matrize.

Die Kupferplatten werden zur Erzielung größeren Widerstandes gegen Abnutzung beim Druck galvanisch verstählt oder

vernickelt und können, wenn der Stahl- oder Nickelüberzug durch den Druck und das Waschen der Form von der Stempelfläche entfernt worden ist, neu überzogen und dadurch wieder gebrauchsfähig gemacht werden. Eine galvanische Druckplatte liefert bis zu vollständiger Abnutzung bei zweckentsprechender Behandlung etwa 600 000 Abdrücke.

Handelt es sich nur um Herstellung geringerer Mengen von Marken, so genügt es, in Schriftmetall hergestellte Stempel, sogenannte Clichees, zu verwenden. In diesem Falle wird von dem Originalstempel eine Kupfermatrize genommen und diese zur Anfertigung von einzelnen, in Schriftguß herzustellenden Stempeln benutzt. Solche Stempel haben eine wesentlich geringere Haltbarkeit als Kupferstempel und liefern nach längerem Gebrauche in der Zeichnung nicht mehr so scharfe und klare Abdrücke wie diese.

Bei Marken, welche außer farbigem Flachdruck auch noch Prägedruck erhalten sollen, wie es bei den deutschen Marken voriger Ausgabe zu 10, 20, 25 und 50 Pf. der Fall war, wird die zu druckende Zeichnung, wie oben erwähnt, erhaben graviert, derjenige Teil der Zeichnung dagegen, welcher in dem Papier erhaben, also als Prägung erscheint, in dem Stempel vertieft hergestellt. Da zur Erzielung einer guten Prägung ein größerer Druck als gewöhnlich zur Anwendung kommen muß, so genügen, namentlich wenn es sich um fortlaufende Herstellung, also um größere Markenmengen handelt, Kupferstempel wegen der Weichheit des Metalles nicht, sondern es werden Stahlplatten zum Druck benutzt. Bei der Herstellung derselben schlägt man folgendes Verfahren ein

Die Übertragung des Stempelbildes erfolgt mit Hilfe der siderographischen Presse in der Weise, daß das Bild zunächst auf die Mantelfläche einer Stahlwalze durch Hin- und Herbewegen der letzteren unter gleichbleibendem Drucke übertragen wird. Durch eine gleiche Operation wird von der inzwischen gehärteten Stahlwalze dasselbe Bild in der erforderlichen Anzahl und Stellung auf eine weichere Stahl-

platte abgewalzt. Während die Walze das Markenbild umgekehrt und vertieft enthält, sind die in der Platte erzeugten Stempel dem Originalstempel vollständig gleich. Nachdem die Räume zwischen den einzelnen Markenbildern auf einer Hobelmaschine etwas vertieft und die Platte selbst gehärtet ist, kann dieselbe zum Druck benutzt werden. Stahlplatten liefern bis zu fünf Millionen gute Abdrücke.

Werden nur geringere Mengen farbiger und mit Prägedruck versehener Marken gebraucht, so können von dem Originalstempel auch einzelne Absenkungen in Stahl gefertigt werden. Der Druck der Marken erfolgt dann nicht auf Buchdruckpressen, sondern auf kräftig gebauten Stempelmaschinen mit selbstthätiger Färbevorrichtung. Der Stempel wird in die Maschine eingesetzt und die Marken werden auf Papierstreifen nebeneinander farbig gedruckt und gleichzeitig geprägt.

Die Herstellung von Platten für Marken, welche in Kupferdruck ausgeführt werden sollen, kann durch Stich oder durch Zuhilfenahme der Heliographie erfolgen. In ersterem Falle wird das Bild der Marke vertieft in eine Kupfer- oder Stahlplatte gestochen. Soll der Stempel mit einem Guillochen-Muster versehen werden, so wird dasselbe auf der Guillochiermaschine in der bereits beschriebenen Weise ausgeführt. Nachdem das Original fertiggestellt ist, wird davon auf galvanischem Wege erst ein Relief genommen, dann ein zweites. Diese beiden Reliefs werden, nachdem die Markenabstände festgestellt sind, in genauester Weise zu einem Relief zu zwei Marken durch Zusammenlöten vereinigt, worauf die Vervielfältigung so lange fortgesetzt wird, bis ein Relief gewonnen ist, welches diejenige Anzahl von Marken enthält, die auf einem Bogen enthalten sein soll. Die erste von diesem vollständigen Relief gewonnene Platte wird dann als eigentliche Originalplatte betrachtet, und nicht zum Druck, sondern zur Herstellung neuer Reliefs verwendet. Die Herstellung von Druckplatten mit Marken, welche in der Zeichnung sämtlich mit dem Original genau übereinstimmen,

kann in beliebiger Anzahl erfolgen. Zur Erreichung größerer Widerstandsfähigkeit gegen Abnutzung wird jede Platte verstählt und die Verstählung nach Bedürfnis bis zur Abnutzung erneuert. Die Platten liefern etwa 30 000 gute Abdrücke.

Erfolgt die Herstellung der Platte auf heliographischem Wege, so wird die gezeichnete Marke photographisch aufgenommen, das Photogramm einzeln oder in größerer Anzahl auf Kupfer übertragen und das Bild vertieft in die Platte geätzt. Die weitere Vervielfältigung erfolgt auf galvanischem Wege.

Sollen die Marken in Steindruck ausgeführt werden, so wird die Zeichnung durch den Lithographen auf Stein graviert. Von dieser vertieften Zeichnung werden so viele Abdrücke gemacht, als der Bogen Marken enthalten soll. Die Abdrücke werden dann unter Einhaltung der beabsichtigten Zwischenräume auf einen zweiten Stein durch Umdruck übertragen. Von einer in dieser Weise hergestellten Druckform können etwa 10 000 brauchbare Abdrücke gemacht werden.

Zur Plattenherstellung können noch andere Wege eingeschlagen werden, die angeführten Verfahren sind aber die gebräuchlichsten.

Das Versehen des Markenpapiers mit Klebestoff erfolgt entweder mit der Hand unter Benutzung eines Pinsels bezw. einer Bürste, oder auf eigens für diesen Zweck gebauten Maschinen. In ersterem Falle kann das Auftragen des Klebestoffes nur auf geschnittene Bogen, in letzterem auf Papier in Rollen erfolgen, aus welchen die Bogen später in der erforderlichen Größe geschnitten werden. Der Klebestoff wird auf das Papier, je nach der Art des zur Anwendung kommenden Druckverfahrens entweder vor oder nach dem Bedrucken, aufgetragen. Als Klebemittel werden verwandt: Gummi arabicum, Kölner Leim und Dextrin. Ersteres ist zwar das teuerste Material, dafür aber geruchlos und besitzt, wenn nur bessere Sorten, wie bei den deutschen Freimarken, benutzt werden, die größte Klebkraft.

Zur Herstellung der Marken in Buchdruck bedient man sich der bekannten Buchdruck-Schnellpressen. Die Druckform wird in eiserne Rahmen geschlossen und auf das bei Ingangsetzung der Maschine sich hin- und herbewegende Fundament gelegt. Der zu druckende Bogen wird oberhalb der Maschine auf den Druckcylinder gelegt und von Greifern, welche sich auf demselben befinden, festgehalten. Der Druckcylinder führt den Bogen in fester Pressung über die vorher selbstthätig eingefärbte Druckform, wodurch das Markenbild auf das Papier übertragen wird. Sobald die Farbe genügend getrocknet ist, können die Bogen zur weitern Verarbeitung (Revision, Durchlochung) gegeben werden. Eine Schnellpresse liefert täglich 7000 bis 8000 Bogen beliebiger Größe.

Für die Herstellung von Marken in Kupferdruck können Handpressen und Schnellpressen benutzt werden. Bei dem Drucke auf der Handpresse wird die Kupferplatte zunächst angewärmt und durch Einreiben bis zu voller Sättigung der Vertiefungen mit Farbe versehen. Die auf der glatten Oberfläche der Platte haftende Farbe wird bis zu voller Reinheit der Platte weggewischt und die Platte auf das Laufbrett der Presse gebracht. Nachdem der befeuchtete Papierbogen auf die Platte gelegt ist, wird die Presse in Bewegung gesetzt. Das Laufbrett mit der Platte und dem obenaufliegenden Bogen wird unter einer mit Filz überzogenen Druckwalze entlang geführt, wobei durch den zur Anwendung kommenden starken Druck das Papier sich in die Vertiefungen der Platte einpreßt und die darin vorhandene Farbe aufsaugt. Der Druck ist hiermit vollendet. Der Bogen wird getrocknet und dann weiter bearbeitet. Bei der Kupferdruck-Schnellpresse ist die Einrichtung eine ähnliche wie bei der Buchdruck-Schnellpresse. Ein Kupferdrucker stellt auf der Handpresse täglich 150 bis 250 Drucke her, die Schnellpresse liefert bis zu 3000 Abdrücken in der gleichen Zeit.

Auch die Marken im Steindruck können auf Hand- und Schnellpressen hergestellt werden. Der zum Druck vorbereitete

Stein wird auf den in der Presse befindlichen Karren gebracht, die Farbe aufgetragen und der Karren mit dem Stein nach Auflegen des Bogens und nach dem Bedecken desselben mit einem Rahmen unter dem Druck eines Reibers durch die Presse gezogen. Die Tagesleistung einer Steindruck-Handpresse ist bis zu 500 Bogen, die Schnellpresse, welche in ihrer Einrichtung der Buchdruck-Schnellpresse ziemlich gleicht, liefert täglich bis zu 3000 Bogen Druck.

Für die Perforierung (Umrandung) der Freimarken giebt es gleichfalls Einrichtungen für Hand- und Kraftbetrieb. Es giebt Vorrichtungen, bei denen die sämtlichen auf einem Bogen befindlichen Marken gleichzeitig auf allen Seiten umlocht werden; andere Einrichtungen gestatten die Umlochung einer Reihe von 10 Marken gleichzeitig auf drei Seiten, während bei den einfachsten Durchlochungsmaschinen die Bogen reihenweis in der Quer- und dann in der Längsrichtung mit den Lochreihen versehen werden müssen. Die deutschen Freimarken werden in nachstehender Weise perforiert. Vier bis sechs Bogen werden in eiserne Rahmen mit Punkturspitzen in der Weise eingespannt, daß die vorgedruckten Punkturzeichen jedes Bogens genau auf dieselbe Stelle zu liegen kommen. Bei jedem Hub der Maschine werden eine Quer- und zwei Längsseiten einer Reihe von 10 Marken durch Nadeln, welche an der Spitze konkav ausgehöhlt sind und runde Papierscheibchen herausstoßen, gelocht. Die Maschine schiebt den Rahmen jedesmal eine Markenbreite vor und führt ihn, nachdem elf Stöße ausgeführt und alle Marken umlocht sind, wieder zurück. Eine Maschine durchlocht täglich bis zu 12 000 Bogen.

Gegen Nachahmungen sind Marken, welche in Kupferdruck hergestellt sind, am meisten geschützt. Die Abtönung und die Tiefe der Färbung bei demselben ist durch kein anderes Verfahren in gleicher Vollkommenheit wiederzugeben, die Nachbildung ist also erschwert. Der Massenherstellung von Freimarken in Kupferdruck stellen sich indessen technische Schwierigkeiten verschiedener Art entgegen, weshalb von der

Herstellung der Marken in Kupferdruck in den meisten Staaten abgesehen und auf Anbringung anderer Schutzmittel gegen Nachahmung Bedacht genommen worden ist. Außerdem stellen sich die Herstellungskosten der Marken in Kupferdruck wesentlich höher, als bei Anwendung jedes anderen Druckverfahrens.

Die weitaus größte Mehrzahl der Postwertzeichen ist in Buchdruck hergestellt. Daran schließt sich der Stahlstich. Die Lithographie und der Kupferstich werden am seltensten angewendet. Auf lithographischem Wege wurden beispielsweise die Marken von Bergedorf, Waadt, Zürich, Neu-Caledonien, die I. Emission von Sardinien u. s. w. hergestellt. Der größten technischen Vollendung erfreuen sich 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 am 1. Januar 1893 in Nordamerika zur 400jährigen Feier der Entdeckung Amerikas durch Christoph Columbus ausgegebenen sogenannten Columbusmarken, die aus 16 Arten bestehen, von denen die meisten berühmten Gemälden nachgebildet sind.

Erwähnt muß noch werden, daß einige wenige Marken älterer Emissionen von Holzschnitten gedruckt sind, wie z. B. die Marken von Mauritius der Emission 1858 mit griechischer Einfassung, während andere, wie die ersten Marken der Moldau, mit der Hand gedruckt wurden.

Arten und Gattungen der Postwertzeichen.

Wir haben bereits oben angeführt, daß die Postwertzeichen in aufklebbare Briefmarken und in Ganzsachen zerfallen. Von beiden giebt es eine Reihe von Unterarten. Als die Postwertzeichen am 6. Mai 1840 in Großbritannien in Verkehr gesetzt wurden, gab es von jeder dieser beiden

Gruppen nur einen einzigen Repräsentanten, nämlich die eigentliche Briefmarke und den Briefumschlag.

Bei den Briefumschlägen bestand nur insofern ein Unterschied, als es Briefumschläge gab, die die Form von Briefbogen hatten, welche der Absender zu falten hatte, und Briefcouverts, welche bereits gefaltet waren und in welche der Absender den Brief bloß einfach einzulegen und sie dann mit Oblaten oder Siegelwachs zu verschließen brauchte. Die Gummierung der Briefcouverts ist eine Einführung der spätern Zeit. Als man jedoch die neue Erfindung auch für die Versendung von Zeitungen, Drucksachen, Paketen, Geldsendungen u. s. w. zu verwenden begann, machte sich das Bedürfnis geltend, für diese besonderen Sendungen auch besondere Postwertzeichen zu schaffen und so kam es, daß wir heute nahezu 40 verschiedene Gattungen von Postwertzeichen kennen, von denen aber selbstverständlich nicht jeder Staat alle eingeführt hat.

Die wichtigsten derselben sollen nachstehend aufgeführt werden.

Was die aufklebbaren Briefmarken anbelangt, so giebt es außer den Briefmarken im engern Sinne noch Zeitungsmarken, Dienst- oder Departementmarken, Nachportomarken, Paketmarken, Eilbriefmarken, Geldbriefmarken, Kriegssteuermarken, Seeportomarken, Toolate-Marken, Marken für eingeschriebene Briefe (sog. Registrationsmarken), Zustellmarken u. s. w.

Bei den Briefmarken im engern Sinne, welche für die Frankierung der Korrespondenz bestimmt sind, unterscheidet man wieder Levantemarken, welche von einigen Staaten, wie Österreich, Italien, vom Deutschen Reich und von Großbritannien in den südöstlichen Ländern Europas, in denen sie eigene Postämter besitzen, ausgegeben wurden, Stadtpost- und Lokalmarken, welche, wie die Stadtpostmarken der Vereinigten Staaten von Nordamerika, die türkischen Stadtpost(Cheir)marken, die Marken des Norddeutschen

Bundes für Hamburg, die Madrider Stadtpostmarken u. s. w., nur für bestimmte Orte verwendet werden durften, die Landpost-(Baden) und Rural- oder Semstwo-(Rußland) marken, die für die Beförderung der Korrespondenz in die Landbestellbezirke und in von Postämtern entfernte Orte dienten.

Die Zeitungsmarken wurden zum Zwecke der Erhebung der Portogebühr für die Beförderung von periodischen Zeitschriften eingeführt. Dieselben wurden nur an Zeitungsexpeditionen (Österreich) verausgabt, oder überhaupt an das Publikum nicht abgegeben, sondern (wie die Zeitungsmarken der Vereinigten Staaten von Nordamerika) als Kontrollwertzeichen nur im innern Postdienste verwendet.

Die Nachportomarken (oder auch Portomarken) sind zur Erhebung der Postgebühr für gar nicht oder ungenügend frankierte Postsendungen bestimmt und kommen in Österreich, Bayern, den Niederlanden, Belgien, in der Schweiz, in Italien, Frankreich, Schweden, Norwegen, Rumänien, Bulgarien, Griechenland, Ägypten, Tunis, den Vereinigten Staaten von Nordamerika, Surinam, Brasilien, Peru, Victoria u. s. w. in Verwendung.

Die Dienst- oder Departementmarken, deren sich eine ganze Reihe von Staaten in allen fünf Erdteilen bedient, sind zur Frankierung der dienstlichen Korrespondenz bestimmt.

Mit den Paketmarken (Italien) werden Fahrpostsendungen, mit den Eilbriefmarken (Vereinigte Staaten von Nordamerika) Expreßbriefe, mit den Geldbriefmarken (Republik Kolumbia, Cundinamarca, Tolima) Wertsendungen, mit den Registrationsmarken (Kanada, Republik Kolumbia, Panama, Tolima, Neu-Süd-Wales, Victoria) eingeschriebene Briefe, mit den Too late-(zu spät)Marken (Victoria) nach Postschluß aufgegebene Postsendungen frankiert.

Mit den Kriegssteuermarken (Spanien) wird ein außerordentlicher Portozuschlag für Kriegszwecke erhoben.

Die Seeportomarken (Mexiko) dienten dazu, das eigentliche Seeporto zu verrechnen, welches die Postsachen zu entrichten hatten, die von Mexiko nach gewissen Ländern Europas und Amerikas mittels englischer oder französischer Postdampfer befördert wurden. Mit den Zustellmarken (Österreich) wird die Bestellgebühr für Zeitungen im Adreßorte erhoben.

Noch viel mannigfaltiger gestalten sich die Ganzsachen. Da giebt es außer den Briefumschlägen: Stadtpostcouverts, Dienstcouverts, Postanweisungscouverts, Couvertbriefe (Belgien), Postauftragcouverts (Luxemburg), Registrationscouverts (Gibraltar, Großbritannien, Malta, Ceylon, Britisch Indien, Cypern, Liberia, St. Lucia, Grenada, Barbados, Trinidad, Britisch Guyana, Neu-Süd-Wales, Tasmania, Victoria 2c.), Streifbänder für Zeitungen und Drucksachen, Dienststreifbänder (Vereinigte Staaten von Nordamerika, Süd-Australien) für dienstliche Drucksachen, Postkarten, Postkarten mit Antwort, Weltpostkarten für die Länder des Weltpostvereins, Dienstpostkarten (Württemberg, Ungarn, Italien, Dänemark, Island, Schweden, Britisch Indien, Tschamba, Kanada, Süd-Australien) für die dienstliche Korrespondenz, Stadtpostkarten (Türkei) für den Gebrauch in bestimmten Städten, Postpaketadressen (Württemberg, Italien, Montenegro) für Fahrpostsendungen, Nachnahmekarten (Österreich, Ungarn), Rückscheine (Finnland), womit die Portogebühr für die Rücksendung eines Behändigungsscheines für eine Postsendung erhoben wurde, Kartenbriefe (verschließbare Postkarten) u. s. w.

Eine nähere Erörterung des Zweckes und Gebrauches dieser Ganzsachen kann füglich unterbleiben, da ja in der Regel schon der Name derselben darüber Aufklärung giebt.

Jenachdem diese Postwertzeichen von der Staatsverwaltung oder von befugten Unternehmungen ausgegeben werden, sind dieselben dann entweder offizielle oder Privatpostwertzeichen. Zu den letzteren gehören

insbesondere auch die Eisenbahnmarken (Belgien) für die Paketbeförderung und die Dampfschiffahrtsmarken, die von Dampfschiffahrtsgesellschaften (Suez-Kanal, Kleinasien, Panama und St. Thomas, Tawastehus-Tammerfors, Helsingfors-Bobäck, Hamburg-Amerika, Donau-Dampfschiffahrtsgesellschaft, Russische Dampfschiffahrtsgesellschaft, Pacific-Steam-Navigation-Company im Stillen Ocean, St. Thomas-La Guaira-Porto Cabello, Konstantinopel-Donau ꝛc.) verausgabt werden.

Eine besondere Erwähnung verdienen jene Postwertzeichen, die einer besondern Gelegenheit oder einem bestimmten Zwecke ihr Dasein verdanken. Dazu gehören vor allem zwei interessante spanische Marken. Im Jahre 1870 gewährte nämlich die spanische Regierung dem Diego Castell Fernandez für ein von ihm verfaßtes Posthandbuch Portofreiheit, wozu er sich einer eigenen Marke bediente, die er selbst angefertigt hatte, und im Jahre 1881 that Antonio Fernandez Duro dasselbe in Rücksicht auf seine „Geschichte der Postwertzeichen", nachdem ihm auch die Portofreiheit zugestanden worden war. Dazu gehören weiter die Marken, deren sich die Vereine zur Pflege und Unterstützung im Felde verwundeter Krieger in Bayern und Portugal, welche für ihre Korrespondenz Portofreiheit genießen, bedienen. Weiter gehören hierher die Jubiläumsmarken, deren es jetzt schon eine stattliche Anzahl giebt, wie jene von Großbritannien (50jährige Regierung der Königin), Vereinigte Staaten von Nordamerika, Buenos Aires (400jährige Feier der Entdeckung Amerikas) ꝛc. jetzt mal erst!

Es gehören ferner hierzu die Couverte der Kaiser Wilhelm-Stiftung für deutsche Invaliden und die Briefumschläge der Victoria-National-Invaliden-Stiftung. Diese Stiftungen genossen nämlich vor dem 1. Januar 1875 gewisse Portovergünstigungen und bedienten sich eigener Couverte.

Endlich gehören in diese Kategorie die Steuerpostkarten (Österreich) für Steuerzwecke, die Ausstellungs-

karte der „Bayr. Landes-Industrie-, Gewerbe- und Kunstausstellung in Nürnberg 1882", die Ausstellungskarte der Musikausstellung in Wien 1892 u. A.

Der in neuerer Zeit in einigen Staaten (Österreich, Deutsches Reich, Frankreich) zur Einführung gelangten Beförderung der Korrespondenz auf pneumatischem Wege mittels Luftdrucks, verdankt eine ganze Reihe von Ganzsachen (Briefumschläge, Postkarten, Antwortkarten, Kartenbriefe) ihre Entstehung, welche gleichfalls als Postwertzeichen anzusehen sind (Rohrpost).

Mehrfach wurde die Verwendung von Stempelmarken zur Brieffrankatur zugelassen (Großbritannien, Tasmania, Südaustralien), wodurch diesen Marken der Charakter von Postwertzeichen verliehen wurde.

In einigen Ländern werden überhaupt Marken ausgegeben, die gleichzeitig zu Steuer- und zu Postzwecken (Großbritannien) oder zu Zwecken der Post und Telegraphie (Spanien) verwendet werden und dementsprechend auch eine ihre doppelte Eigenschaft bezeichnende Inschrift: „Postage and Revenue" oder „Correos y Telegrafos" führen.

Von ganz besonderem Interesse sind jene Postwertzeichen, welche bedeutsame geschichtliche Ereignisse oder staatsrechtliche Verhältnisse bekunden oder denselben ihre Existenz verdanken, und die man daher füglich „historische Postwertzeichen" nennen kann. Diesfalls sind zu nennen:

Die Marken, welche im deutsch-französischen Kriege von 1870/71 in den von den deutschen Truppen besetzten französischen Landesteilen in Gebrauch standen und die man jetzt unter dem Namen: Marken von Elsaß-Lothringen kennt; die sogenannten Ballonmarken, mit denen jene Briefe frankiert wurden, welche in Paris während der Belagerung durch die Deutschen mittels Luftballons expediert wurden; die Commune-Marken, welche zur selben Zeit von Privatinstituten in Paris ausgegeben wurden, die sich damit beschäftigten, Briefe heimlich durch die Vorposten zu schmuggeln; die Marken, die im Carlistenaufstande in

Spanien 1873—1875 von Don Carlos ausgegeben wurden, die jedoch nur in den von ihm besetzten spanischen Provinzen Geltung hatten; die Marken der Konföderierten Staaten von Nordamerika in dem großen Secessions-Kampfe 1861—1865; die Postwertzeichen, die die Juaristen unter dem mexikanischen Kaiserreiche in den von Juarez nach dem Abzuge der französischen Schutztruppen mit den republikanischen Truppen besetzten Gebieten u. z. in Campeche, Cuernavaca, Chalco, Chiapas, Chihuahua, Guadalajara, Monterey, Morelia, Oaxaca, Querétaro, Veracruz, Zacatecas ꝛc. verausgabten; die Marken Spaniens mit dem Aufdrucke „Habilitado por la Nacion", welchen dieselben nach dem Sturze des Königreiches im Jahre 1870 erhielten; die Marken von Peru mit dem chilenischen Wappen, welches ihnen im chilenisch-peruvianischen Salpeterkriege die siegreichen Chilenen nach ihrer Invasion in Peru zum Zeichen ihrer Herrschaft aufdruckten, und mehrere andere.

Was die chronologische Reihenfolge betrifft, in welcher die verschiedenen Arten der Postwertzeichen auf einander folgten, so sei nochmals bemerkt, daß es durch volle zehn Jahre, das ist bis zum Jahre 1850, nur eigentliche Briefmarken und Briefumschläge gegeben hat. Im Jahre 1850 führte Österreich gleichzeitig mit den übrigen Postwertzeichen auch Zeitungsmarken (darunter die wegen ihrer Seltenheit berühmten roten Mercurmarken) ein. Daran schließen sich die Marken für Einschreibbriefe, welche schon im Jahre 1853 von Neu-Süd-Wales verausgabt wurden. Ihnen folgten 1854 die spanischen Dienstmarken, im Jahre 1859 die Nachportomarken von Frankreich, im Jahre 1863 die Dienstcouverts von Haiderabad, im Jahre 1864 die Streifbänder von Neu-Süd-Wales, und im Jahre 1865 die Geldbriefmarken (sogenannte Vignetten) der Vereinigten Staaten von Kolumbia und die Postanweisungen von Hannover und Braunschweig.

Am 1. Oktober 1869 erschienen die ersten Postkarten, welche damals Correspondenzkarten hießen, im Jahre 1871 die

deutschen Dienstpostkarten und die ungarischen Nachnahmekarten, im Jahre 1874 die württembergischen Postpaketadressen, im Jahre 1878 die englischen Registrationscouverte, im Jahre 1879 die französischen Rohrpostkartenbriefe, im Jahre 1882 die südaustralischen Dienststreifbänder u. s. w.

Als einer ganz besondern Kuriosität sei noch der in allerneuester Zeit in Belgien zur Ausgabe gelangten Sonntagsmarken gedacht, die mit einer Allonge versehen sind, durch deren Haftenlassen oder Abtrennung der Absender eines Briefes seinen Wunsch zum Ausdruck bringen kann, ob ein Brief event. am Sonntage zur Bestellung gelangen soll oder nicht. Daß diese Einrichtung nur die im Inlande zur Aufgabe gelangenden Briefe berührt, ist selbstverständlich. Diesen folgten dann auch Sonntagspostkarten.

Von den Privatpostwertzeichen.

Die Beförderung von Personen und Sachen in bestimmten Linien und in periodisch wiederkehrenden Zeiträumen bildet in den meisten civilisierten Staaten ein Hoheitsrecht der Staatsverwaltung. Diesen Charakter verliert sie selbst dann nicht, wenn ihre Ausübung an Privatpersonen verpachtet wird. Ganz anders verhält es sich jedoch mit solchen Transportunternehmungen, welche von Privatpersonen aus eigenen Mitteln errichtet, die von der Staatsverwaltung hierzu befugt oder konzessioniert werden. Solche Unternehmungen werden zumeist für solche Linien ins Leben gerufen, in denen der Staat selbst keine Postverbindungen unterhält. Die letzterwähnten Unternehmungen nennt man Privatbeförderungsanstalten oder Privatposten, mögen sie sich nun nur mit der Beförderung von Korrespondenzen oder auch mit jener von Paketen und Personen befassen.

Wird nun einer solchen Anstalt das Recht zur Ausgabe von Wertzeichen behufs der Erhebung der Beförderungsgebühren erteilt und macht die Anstalt von diesem Rechte

Gebrauch, so nennt man die in dieser Weise ausgegebenen Wertzeichen: Privatpostmarken, Privatpostwertzeichen.

Da auch Privatpostwertzeichen ein beliebtes Sammelobjekt bilden, so ist es gerechtfertigt, dieselben kurz zu besprechen. Das Geltungsgebiet derselben ist der Natur der Sache nach ein sehr beschränktes, weshalb denselben bei weitem nicht die gleiche Wichtigkeit und Bedeutung zukommt wie den offiziellen Postwertzeichen. Außerdem leiden sie aber auch noch unter einer Reihe anderer ungünstiger Umstände, welche ihren Sammelwert beeinflussen.

Einer dieser Mißstände besteht darin, daß ihre Ausgabe in der Regel keiner staatlichen Kontrolle unterliegt, so daß es dem Unternehmer nahezu ganz anheimgegeben ist, was für Postwertzeichen und wie viele Arten und Werte er ausgeben, wann er dieselben einziehen und durch andere ersetzen will u. s. w., wodurch selbstredend dem Mißbrauche Thür und Thor geöffnet ist.

Zu den wichtigsten Privatpostwertzeichen gehören die russischen Rural- oder Semstwomarken. Es besteht nämlich in Rußland ein Landpostdienst behufs Beförderung von Briefen und sonstigen Sendungen von den kaiserlichen Postämtern in die entfernt gelegenen Ortschaften und umgekehrt.

Derselbe steht unter Aufsicht der Distriktsbehörden „Zemskaja Uprawa", Landamt (daher Semstwomarken), und es haben deshalb die diesfälligen Postwertzeichen einen halboffiziellen Charakter.

Die ersten dieser Ruralmarken wurden im Jahre 1862 in Wenden im Gouvernement Livland ausgegeben und seither sind diesem Beispiele weit mehr als hundert Distrikte gefolgt.

Die nächste Beachtung verdienen die Marken der amerikanischen Expreßcompagnien, von denen einige, wie z. B. die Compagnie Wells, Fargo & Co., Sendungen nicht nur durch ganz Amerika, sondern auch nach China,

Japan, Mexiko, Chile ꝛc. befördern. Einige dieser Gesellschaften, wie z. B. die „American Expreß Company", gaben schon Ende der dreißiger Jahre (1837) Briefmarken aus.

Auch in England existierten in den Jahren 1865—1870 Beförderungsanstalten (Delivery Company) in London, Liverpool, Edinburg, Glasgow, Birmingham, Manchester ꝛc., welche Postwertzeichen ausgaben.

In Deutschland gab es zwar schon Anfang der sechziger Jahre Privatmarken von sehr zweifelhafter Herkunft (Hamburger Botenmarken ꝛc.), die ersten Privatbeförderungsanstalten, welche — in so weit man bei diesen Marken von Authentizität sprechen kann — authentische Postwertzeichen ausgaben, datieren jedoch erst aus der Mitte der achtziger Jahre. Im Jahre 1886, als Heidelberg das 400jährige Jubiläum seiner berühmten Universität feierte, wurde daselbst nämlich eine Privatpostanstalt gegründet, welche Marken ausgab. Diesem Beispiele folgten seither eine Reihe deutscher Städte und es kann eigentlich erst von dieser Zeit an von deutschen Privatpostwertzeichen gesprochen werden.

Außerdem verdienen nur noch die dänischen und norwegischen Bypostmarken — Schweden besitzt keine Bypost — und die Marken der verschiedenen Dampfschiffahrtsgesellschaften (Suez-Kanal, österreichische, russische Dampfschiffahrtsgesellschaft, Pacific Steam Navigation Company ꝛc.) genannt zu werden. Was jedoch die skandinavischen Bypostmarken betrifft, so muß bemerkt werden, daß manche dieser Unternehmungen ohne jede behördliche Kenntnisnahme, geschweige Bewilligung errichtet wurden und in höchst primitiver Weise, z. B. ohne jedwedes Bureau, ohne Personal, von dem Unternehmer allein betrieben werden u. s. w., in welchem Falle daher den betreffenden Wertzeichen der Charakter von Privatpostwertzeichen nicht zuerkannt werden kann.

Unterscheidungsmerkmale der Postwertzeichen.

Der Laie, der eine Briefmarke betrachtet und mit anderen vergleicht, wird wohl nur wenige Unterscheidungsmerkmale wahrnehmen. Wenn das Muster oder die Zeichnung, die Farbe und die Wertangabe übereinstimmen, so wird er geneigt sein, die beiden Marken für identisch zu erklären.

Haben ja doch in der ersten Zeit des Briefmarkensammelns selbst die Sammler das gleiche gethan. Als sich jedoch das Sammeln verbreitete, als man anfing, die Postwertzeichen nicht bloß zu sammeln, sondern auch zu studieren, zeigte es sich, daß die Postwertzeichen eine Menge von Unterscheidungsmerkmalen aufweisen, von denen man beim flüchtigen Ansehen keine Idee hat. Würde man nur jene Unterschiede beachten, die man im ersten Stadium des Sammelwesens berücksichtigte, so gäbe es heute, wo sich alle civilisierten Völker der Postwertzeichen bedienen, und wo es hunderte von außer Kurs gesetzten Ausgaben giebt, dennoch kaum 4—5000 verschiedene Postwertzeichen, während bei Beachtung der Unterscheidungsmerkmale, die dem heutigen Stande der Briefmarkenkunde entsprechen, die Anzahl der Sammelobjekte selbst für mittlere Sammler 10—12 000, für große Sammler aber 15—20 000 beträgt.

Diese Unterscheidungsmerkmale, von denen einzelne nur die Ganzsachen betreffen, sind im wesentlichen folgende:

1. Format, 2. Papier, 3. Herstellungsart, 4. Umrandung, 5. Wasserzeichen, 6. Muster oder Zeichnung, 7. Farbe, 8. Schriftzeichen und Schriftarten, 9. Sprache, 10. Wertangabe, 11. Kontrollzeichen, 12. Stecherzeichen, 13. Gummierung, 14. Gaufrage, 15. Untergrund, 16. Überdruck, 17. Aufdruck, 18. Schnitt, 19. Klappen- oder Pattenstempel, 20. Vordruck. Neudruck

Vom Formate.

Wenn vom Formate der Briefmarken gesprochen wird, so versteht man darunter nicht die Form des eigentlichen Musters oder der Zeichnung, mit einem Worte des Wertstempels, sondern das Format der ganzen Marke, wie sie sich nach der regelrechten Abtrennung aus dem Markenbogen darstellt.

Der Wertstempel mag nämlich rund, oval oder vieleckig sein, so wird doch die ganze Marke mit Einschluß des sie umgebenden unbedruckten Papieres in der Regel eine viereckige Form aufweisen. Nur einige wenige Marken, wie z. B. die ersten Marken des Kaplandes, die 3 Pence-Marke 1857 von Neufundland, die zwei Marken der Vereinigten Staaten von Kolumbia von 1865 und 1869 à $2\frac{1}{2}$ Cent sind ausnahmsweise dreieckig. Das Viereck ist entweder ein Quadrat oder ein hochstehendes oder ein liegendes Rechteck. So klein die Briefmarken im allgemeinen sind, so sind die Größenunterschiede doch nicht ganz unbedeutend. Zu den kleinsten Marken gehören die $\frac{1}{4}$ Schillingmarke von Mecklenburg-Schwerin 1864 und die Marke zu $\frac{1}{4}$ gute Groschen von Braunschweig 1857, welche etwa 12 Millimeter im Geviert messen und die drei Marken der I. Emission von Bolivar 1863 von nahezu gleicher Ausdehnung.

Die größten Marken sind dagegen die drei Zeitungsmarken der Vereinigten Staaten von Nordamerika 1866, welche etwa 55 Millimeter hoch und etwa 100 Millimeter breit sind, und die Geldbriefvignetten der Vereinigten Staaten von Kolumbia und von Tolima, die sogar eine Länge von 130—150 und eine Breite von 65 Millimeter besitzen.

Doch diese Formate sind nur seltene Ausnahmen. In der Regel bewegen sich die Briefmarken in den Dimensionen zwischen 20—24 Millimeter Länge und 22—26 Millimeter Breite.

Briefmarken derselben Ausgabe und desselben Wertes haben fast ausnahmslos auch immer dasselbe Format. Anders verhält es sich mit den Ganzsachen. Diese haben schon an und für sich ein größeres Format und deshalb sind auch die Größenunterschiede bei ihnen viel bedeutender.

Diesfalls sei nur auf den Unterschied verwiesen, der zwischen den Briefumschlägen im Damenformat von Thurn und Taxis oder den Sackcouverts von Japan kleinster Gattung und den Briefumschlägen der Invalidenstiftung des Deutschen Reiches und der Victoria-Invalidenstiftung, welche mitunter mehr als 300 Millimeter lang sind, oder den Couverten der Vereinigten Staaten von Nordamerika größter Gattung besteht.

Auf der Ersten internationalen Postwertzeichen-Ausstellung in Wien 1890 hatte Louis Knorr eine Photographie, betitelt „Die Formate der Briefmarken" ausgestellt, welche die Formunterschiede der aufklebbaren Marken in prägnanter Weise zur Anschauung brachte und die spezielle Aufmerksamkeit des die Ausstellung besuchenden Monarchen von Österreich-Ungarn, Kaiser Franz Josefs I., erregte.

Nicht minder auffällig ist der Unterschied in den Dimensionen der Streifbänder, wie ein Vergleich der Streifbänder von Bayern oder der Schweiz mit jenen der Vereinigten Staaten von Nordamerika zeigt. Auch selbst die Postkarten weisen hinsichtlich ihrer Größe ganz nennenswerte Unterschiede auf und bedarf es diesfalls nur einer Vergleichung des Damenformats der heutigen Postkarte der Vereinigten Staaten von Nordamerika mit den Karten der ersten Emissionen von Württemberg.

Vom Papier.

Bis zur Stunde hat man sich als Stoffes zur Herstellung der Postwertzeichen ausschließlich des Papiers bedient. Es wurden zwar im Jahre 1865 in Nordamerika und zwar zu einer Zeit, wo das wiederholte Verwenden von Brief-

marken zum Nachteile des Postgefälles an der Tagesordnung stand, und wo es nicht selten vorkam, daß ein und dieselbe Briefmarke bis zu 20 Mal zur Frankatur verwendet wurde, versuchsweise Briefmarken aus Goldschläger-häutchen hergestellt, welche eine nochmalige Verwendung nicht zuließen, weil, wenn man eine solche Marke vom Papiere ablöste, das Aufgedruckte auf letzterem haften blieb, allein zur Verwendung scheinen dieselben niemals gelangt zu sein. Das Papier, welches zur Herstellung der Postwertzeichen verwandt zu werden pflegt, ist entweder Hand-, Bütten- oder Maschinenpapier, und giebt es davon verschiedene Sorten, als gewöhnliches Schreib-, Kanzlei-, Brief-, Seiden-, Karton-, Hanf-, Bastpapier u. s. w.

Um Fälschungen zu verhüten, bediente man sich des sogenannten Bleiweißpapieres, wie z. B. bei den gezähnten Marken des Norddeutschen Bundes, bei den Marken der II. und III. Emission von Preußen, bei mehreren Marken von Dänemark, Dänisch Westindien und Schleswig-Holstein ꝛc. Die Marken der Schweiz, Emission 1882, jedoch nur die niederen Werte, wurden auf einem blau und rot melierten Faserpapier gedruckt, welches gleichfalls Schutz gegen Fälschungen gewähren sollte.

Wenn man die Struktur der Papiersorten untersucht, so ergeben sich eine Menge von Verschiedenheiten, von denen die hauptsächlichsten hier angeführt werden sollen. Die französischen Bezeichnungen werden beigefügt, weil sich selbst deutsche Autoren derselben häufig bedienen.

Es giebt:

a. Glattes Papier, Pap. uni, b. gestreiftes Papier, Pap. vergé, c. gegittertes Papier, Pap. grillé, d. dickes Papier, Pap. épais, e. dünnes Papier, Pap. mince, f. durchscheinendes Papier, Pap. peluré, g. gewaffeltes Papier, Pap. gaufré, h. quadrilliertes Papier, Pap. quadrillé, i. satiniertes Papier, Pap. satiné, k. gewelltes Papier, Pap. moiré, l. wolkiges Papier, Pap. nuagé, m. weißes Papier, Pap. blanc, n. bläuliches Papier,

Pap. bleuté, o. gelbliches Papier, Pap. jaunâtre, p. grauweißes Papier, Pap. grisâtre, q. leicht gefärbtes Papier, Pap. teinté, u. s. w.

Häufig begegnet man auch den Ausdrücken gerippt, batonniert, gerippt-batonniert, geviertelt. Diese Unterschiede mögen folgende Zeichnungen versinnlichen:

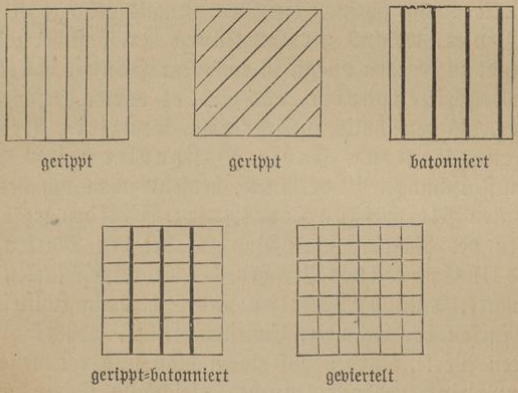


Fig. 7. Papiermuster.

Die Engländer verwendeten in den Jahren 1854—1856 ein sogenanntes safety paper (Sicherheitspapier) für ihre Marken, welchem etwas Ferrocyankalium beigemischt war, damit es sich durch den Entwertungsstempel blau verfärbte; allein es erwies sich bald als unpraktisch und wurde nach kaum zweijähriger Verwendung aufgegeben.

Als ein weiteres Schutzmittel gegen Fälschungen sollte das sogenannte Dickinsonsche Papier dienen, in welches Seidenfäden, oft von verschiedener Farbe, eingearbeitet waren. Aus diesem Papier wurden die ersten von Großbritannien ausgegebenen, unter dem Namen des Zeichners der Vignette: W. Mulready, als Mulready Couverts bekannten Briefumschläge hergestellt. Später acceptierten auch

andere Staaten dieses Papier. So finden wir dasselbe bei den Couverten von Preußen I. Emission. Aber auch Marken wurden auf solches Papier gedruckt, wie z. B. die Marken von Bayern der II. und III. Emission, von Schleswig-Holstein I. Emission, von Württemberg II. Emission, der Schweiz: Emission 1854, bei einigen Marken Großbritanniens u. s. f.

Zu den Registrationscouverts von Großbritannien, Ceylon, Cypern bediente man sich eines mit Leinwand ausgefütterten Papieres.

Von den Herstellungsarten der Postwertzeichen wurde bereits gesprochen.

Von der Umrandung.

In Rücksicht auf die Umrandung unterscheidet man ungezähnte, durchstochene und gezähnte Briefmarken. Als die Briefmarken in England eingeführt wurden, waren sie ungezähnt und mußten mittels der Schere im Markenbogen von einander getrennt werden. So blieb es durch fast volle zehn Jahre, obwohl diese Art der Trennung der einzelnen Marken bei dem ungeheuren Markenverbrauche insbesondere für das Publikum mit großen Unzukömmlichkeiten und Zeitverlust verbunden war. Erst im Jahre 1848 verausgabte England die ersten gezähnten Marken. Die Erfindung ist einem Irländer, Henry Archer, zu verdanken, welchem, nachdem Rowland Hill dessen Erfindung durch fünf Jahre beständig abgelehnt hatte, endlich dafür 4000 Pfund Sterling ausgezahlt wurden. Die von ihm erfundene Zähnungsmaschine war jedoch sehr primitiv.

Anfänglich durchstach oder durchschlug man die Marken, was man als Durchstich bezeichnete, später durchlochte man sie, was man Zähnung nannte. Nicht bei allen Staaten ist die Zähnung dem Durchstich gefolgt, zuweilen wurde auch der umgekehrte Weg eingeschlagen. Manche Länder

sind überhaupt von der Zähnung zum Durchstich zurückgekehrt. Von beiden Trennungsmethoden giebt es Verschiedenheiten.

Der Durchstich zeigt folgende Formen:

bogenförmig mit den Bögen nach aufwärts

bogenförmig mit den Bögen nach abwärts

schlangenlinienförmig

arabeskenartig

spitzenförmig

kreuzartig

sägeartig

linienförmig.

Die Zähnung ist entweder eine runde oder eine ovale, jenachdem die Löcher, die in die Trennungslinie gelocht werden, rund oder oval sind.

Weiter unterscheidet man eine große oder kleine, eine weite oder enge, eine farbige oder farblose Zähnung.

Der Durchstich wird vermöge eines Rades bewirkt, wobei kein Stoff verloren geht. Jenachdem die Schnitte gerade, bogenförmig, schlangenförmig ꝛc. sind, entstehen die obigen Verschiedenheiten des Durchstiches. So weisen die Marken von Hannover bogenartige, die Marken von La Guaira spitzenartige, jene von Thurn und Taxis gerade, die von Finnland schlangenförmige Schnitte auf ꝛc. Bei der Zähnung wird der Durchstich entweder vermöge feststehender Zargen oder vermöge feststehender Nadeln erzeugt. Die letztere Methode wird in der Regel nur von Fälschern und Nachahmern angewendet, doch sollen einige Marken von Japan und Britisch Guyana auf diese Weise gezähnt worden sein. Jetzt wird die Zähnung zumeist mittels festgenieteter Röhrchen oder Stiftchen aus Stahl hergestellt, welche von oben in den Raum zwischen den einzelnen Marken

eindringen und runde kleine Löcher schneiden, wobei der den Löchern entsprechende Teil des Papieres ausfällt.

Um die Anzahl der Zähne zu messen bedient man sich eines eigenen Zähnungsschlüssels, Odontometers, in England „Perforation Gauge“ genannt, dessen Erfindung dem Dr. Legrand in Paris zugeschrieben wird, und müssen die Zähne, die auf einen Raum von 2 Centimeter entfallen, gezählt werden, wofür man in der Regel die rechte Seite der Marke benutzt. Die verbreitetste Zähnung ist die von 12, 13 oder 14 Zähnen auf 2 Centimeter. Doch giebt es auch bedeutende Abweichungen. So sind die Marken von Frankreich 1861 6, die der Türkei 1871 9, von Österreich 1867 $9^1/_2$, von Baden 1862 10, von Liberia 1880 $10^1/_2$, von Bayern 1875 zu 1 Mark 11, von Österreich 1858 15, von Ceylon 1861 $15^1/_2$, von Großbritannien 1850 sogar 16 ꝛc. -gezähnt.

Es giebt aber auch Marken, die entweder nur vertikal, oder nur horizontal, oder die nur an einzelnen Seiten gezähnt sind.

Das System der Durchlochung fand auch bei den Ganzsachen Eingang, indem sowohl einfache, als auch Doppelkarten durchlocht wurden.

Bei den Kartenbriefen ist dies zumeist der Fall. Die Zähnung der Marken war ein derartiges Bedürfnis, daß in Staaten, wo die Marken ungezähnt verausgabt wurden, die Zähnung von Privaten, zumeist von Kaufleuten, die einen großen Bedarf hatten, auf eigene Kosten vorgenommen wurde. Die vorerwähnte Zähnung 6 der Marken von Frankreich 1861 ist z. B. eine private. In Österreich haben die Verleger der großen Tagesblätter die Zeitungsmarke 1867 1 Kr. lila gezähnt ꝛc.

Die Umrandung der Briefmarken, ob dieselben nämlich ungezähnt, durchstochen oder gezähnt verausgabt werden, beruht in der Regel auf einer Verfügung der Staatsverwaltung, dagegen hängt die Anzahl der Zähne in der Regel von Zufälligkeiten ab. (Anschaffung einer neuen oder einer zweiten, dritten Zähnungsmaschine u. dergl.)

Vom Wasserzeichen.

Die Verwendung von Papier mit Wasserzeichen zum Schutze gegen Fälschungen steht, insbesondere bei Staats- und andern Wertpapieren, schon lange in Gebrauch. Anderseits pflegen aber auch die Papierfabriken das von ihnen erzeugte Papier mit einem Wasserzeichen als Fabrikationsmarke zu versehen. Da man in England — und zwar, wie es sich später zeigte, mit Recht — besorgte, daß auch die Briefmarken nachgemacht werden könnten, bediente man sich schon bei den ersten im Jahre 1840 verausgabten Marken eines Papieres mit einem bestimmten Wasserzeichen, und diesem Beispiele sind eine Reihe von Staaten nachgefolgt.

Unter Wasserzeichen versteht man Buchstaben oder Figuren im Papiere, welche gegen das Licht gehalten sichtbar werden. Sie wurden bei Handpapier durch geformte Drähte in der Papierform, bei Maschinenpapier durch Formen in der Walze hergestellt. Der flüssige Papierbrei wird nämlich über Drahtsiebe oder Drahtnetze geleitet, in welchen Buchstaben, Figuren, Arabesken ꝛc. erhaben oder vertieft angebracht sind. An den Stellen, wo der halbflüssige Papierbrei diese Drahtsiebe oder Drahtnetze passiert, wird der Bogen dünner oder dicker erscheinen, und nach dem Festwerden das Wasserzeichen sichtbar werden. Die bekanntesten Wasserzeichen bei den Briefmarken sind: der Halbmond und Stern bei den Marken Ägyptens, die Krone mit den Buchstaben A. C. oder C. C. bei den englischen Kolonialmarken, der Elefantenkopf bei den Marken Ostindiens, das Posthorn bei den Marken von Braunschweig, der Stern bei den Marken von Neu-Seeland u. s. w. Die Marken von Bayern, Hamburg, Toscana haben Linien von verschiedener Form als Wasserzeichen. Bei andern Ländern führt nicht jede einzelne Marke das volle Wasserzeichen, sondern dasselbe ist über mehrere Marken, ja mitunter, wie bei Österreich 1867, über den ganzen Markenbogen verteilt, sodaß eine einzelne

Marke nur einen Teil desselben aufweist, ja einige Marken des Bogens dasselbe gar nicht besitzen.

Aber nicht nur bei Marken, auch bei Ganzsachen, Briefumschlägen (Schweiz, Österreich, Hamburg, Vereinigte Staaten von Nordamerika ꝛc.), Postkarten (Vereinigte Staaten von Nordamerika), Streifbändern (Bayern, Schweiz) u. s. w. wird dasselbe angewendet.

Endlich giebt es Wasserzeichen, welche auf trockenem Wege durch Pressen des fertigen Papieres mit einem Stempel erzeugt werden, wie z. B. bei den Marken von Rumänien, Emission 1890, Ägypten, der Schweiz ꝛc.

Was die Art und Weise betrifft, wie man zu verfahren hat, um das Wasserzeichen aufzufinden, zu erkennen und zu bestimmen, so läßt sich eine probate Methode nicht angeben, zumal bei Marken, die entweder durch den Entwertungsstempel zu sehr verunreinigt sind, oder bei denen sich das Wasserzeichen schon bei der Fabrikation des Papieres schwächer eingeprägt hat, oder die vom Wasserzeichen überhaupt nur teilweise getroffen wurden, wie z. B. bei den Marken von Neu-Seeland, wo einzelne Marken sehr häufig nur eine oder ein paar Spitzen des Sternes aufweisen.

Bei einigen Ländern, wie beispielsweise bei den Marken von Dänemark, Braunschweig, wird sich das Wasserzeichen gleich bei der ersten Untersuchung leicht erkennen lassen. Vielfach wird es genügen, wenn man die Marken vom Klebestoff und allen am Rücken haftenden Papierresten befreit und sie sodann gegen das Licht hält, wobei man sie mit der Hand oben beschattet. Eine andere Methode ist die, daß man eine so gereinigte Marke mit der Vorderseite auf eine schwarze oder doch dunkle Unterlage legt und sie am Rücken etwas naß macht. Statt des Wassers kann man sich auch des Benzins, welches den Marken ganz ungefährlich ist, oder rektifizierten Alkohols bedienen.

In neuerer Zeit hat der Chemiker Trillich in München folgendes Verfahren empfohlen: Man lege die gereinigte

Marke ins Wasser, trockne sie zwischen Löschpapier ab und lege sie dann auf eine dunkelgefärbte Glasplatte. Darauf bestreiche man sie mittels eines Pinsels mit absolutem Alkohol, wonach das Wasserzeichen deutlich sichtbar sein wird.

Nach dieser Prozedur muß die Marke wieder ins Wasser gebracht werden, um die etwaige Einwirkung des Alkohols auf die Farbe zu verhüten.

Hat sich das Auge des Sammlers einmal daran gewöhnt schwerer wahrnehmbare Wasserzeichen zu erkennen, so wird er bei der Bestimmung der Wasserzeichen die schönsten Resultate erzielen, doch darf er Geduld und Mühe nicht scheuen.

Ein Vorschlag der neuesten Zeit basiert darauf, daß das Papier an der Stelle des Wasserzeichens in der Regel lichtdurchlässiger ist, und geht dahin, die Marke auf lichtempfindliches Papier (Chlorsilberpapier), wie es die Photographen benutzen, und zwar mit der Bildfläche aufzulegen, beides mit einer Glasplatte zu beschweren, so daß die Marke fest auf dem Papiere aufliegt, und das ganze den Sonnenstrahlen auszusetzen. Die Folge dieses Verfahrens wird die sein, daß das Papier an der Stelle des Wasserzeichens mehr gebräunt sein wird und daß sich also das Wasserzeichen als dunkleres Bild vom hellern Grunde abheben wird. Ist das Papier genug gebräunt, so wird es in einem der im Handel erhältlichen Ton- und Fixierbäder lichtfest gemacht, gewaschen und getrocknet. Da man gleichzeitig ein negatives Bild der Marke selbst erhält, so läßt sich auch die Lage des Wasserzeichens zur Marke feststellen, was aus dem Grunde wichtig ist, weil es auch Marken giebt, die Wasserzeichen umgekehrt tragen.

Vom Muster oder der Zeichnung.

Das Muster oder die Zeichnung des Wertstempels ist im allgemeinen das wichtigste Unterscheidungsmerkmal der Postwertzeichen. Die Vielgestaltigkeit derselben spottet aller

Beschreibung und ist allein schon geeignet einer Postwertzeichensammlung auch für den Laien einen großen Reiz zu verleihen und das Interesse des Beschauers zu fesseln. In Bezug auf Muster oder Zeichnung lassen sich die Postwertzeichen in vier Hauptgruppen einteilen, nämlich in solche, welche als Hauptbild eine Wertziffer, dann in solche, welche das Wappen des betreffenden Landes, in solche, die ein Porträt, und endlich in solche, welche Sinnbilder, Embleme, Ornamente ꝛc. tragen. Zu den Wertstempeln von geringstem künstlerischen, historischen oder kulturhistorischen Interesse gehören jene, die als Hauptbild lediglich eine Wertziffer aufweisen, z. B. die Marken der ersten Emissionen von Bayern, Baden, Brasilien, die Marken von Thurn und Taxis, Schleswig-Holstein, Elsaß-Lothringen ꝛc. Von weit größerem Interesse sind schon jene Postwertzeichen, die mit dem Wappen des Landes, das sie verausgabt hat, geschmückt sind, und deren es eine große Anzahl giebt. Sie stehen durchschnittlich schon auf einer höheren Stufe technischer Kunstfertigkeit, gewähren keinen so eintönigen Anblick wie die Wertziffermarken und erregen ein lebhaftes Interesse, ebenso sehr beim Historiker als beim Heraldiker. Noch höher in Bezug auf künstlerischen Wert stehen die Porträtmarken, bei denen sich dem historischen Interesse auch noch das Interesse für die auf der Marke dargestellte Person hinzugesellt. Was die Porträtmarken anbelangt, so bilden den Gegenstand der Darstellung zumeist die Herrscher des betreffenden Landes oder andere Personen, die sich um das einzelne Land oder um die Menschheit im allgemeinen Verdienste erworben haben. Unter den Marken, welche das Bild des Herrschers zeigen, sind jene weitaus am zahlreichsten, welche mit dem Bilde der Königin Victoria von England geschmückt sind und welche allen fünf Weltteilen angehören, was mit Rücksicht auf den ungeheuren Kolonialbesitz der Engländer und auf den Umstand, daß sie fast in allen ihren Kolonien verschiedene Marken verausgaben, erklärlich ist. Die große nordamerikanische Union

hat auf ihren Marken eine Reihe ihrer Präsidenten verewigt, und auch die Republiken Mittel- und Südamerikas zollen ihren großen Staatsmännern und Generalen in dieser Weise den Tribut der Anerkennung und Dankbarkeit. So bietet eine Markensammlung eine Galerie von Porträts zumeist historisch bekannter Persönlichkeiten, welche das Interesse um so mehr erweckt, als insbesondere die Porträts auf den Marken der neuen Welt in der Regel wahre Perlen der Graveurkunst sind.

Am vielgestaltigsten und mitunter am künstlerisch vollendetsten sind die Marken, die der vierten Hauptgruppe angehören, wobei nur auf einige Postwertzeichen der Vereinigten Staaten von Nordamerika (Eisenbahnzug, Dampfschiff, Unabhängigkeitserklärung ꝛc.) verwiesen sei. Ein gutes Teil des Pflanzen- und Tierreichs, allegorische Figuren, Landschaften u. s. w. sind hier vertreten und bieten eine Fundgrube von Belehrung für denjenigen, der den Zusammenhang zwischen dem Markenbilde und den kulturellen Verhältnissen des Landes, dem das einzelne Postwertzeichen angehört, sucht, und der in den Briefmarken mehr erblickt als bloße bunte Bildchen, deren Zeichnung lediglich dem Zufalle anheimgestellt ist.

Von der Farbe.

Nächst dem Muster oder der Zeichnung ist es die Farbe, die bei den Postwertzeichen am meisten in die Augen fällt. Sie ist jenes Merkmal, welches am geeignetsten ist, die Wertunterschiede der Marken ein und derselben Ausgabe eines Landes kenntlich zu machen. Aus diesem Grunde pflegen auch die meisten Staaten die Postwertzeichen je nach ihrem verschiedenen Postwerte in verschiedenen Farben herzustellen, so daß alle Marken desselben Postwertes auch dieselbe Farbe führen. Ja im Jahre 1861 haben alle deutschen Staaten beschlossen, den verschiedenen Werten eine einheitliche Druckfarbe zu geben.

Doch giebt es auch so manche Ausnahmen, wie z. B. bei den ersten Ausgaben Brasiliens, bei den Dienstmarken des Norddeutschen Bundes, bei den sogenannten Landpostmarken Badens, bei den Nachportomarken der Niederlande und der Schweiz ꝛc., welche sich nur durch die Wertangabe von einander unterscheiden. Umgekehrt giebt es auch Postwertzeichen, die keine Wertangabe aufweisen und bei denen lediglich die Farbe den Wertunterschied kennzeichnet, wie bei den Marken der jonischen Inseln, bei den Marken der ersten Ausgaben von Barbados, bei den Marken von Mauritius, Emission 1855—1858 u. s. w. Emittiert ein Staat neue Marken mit verändertem Muster, so ändert er auch nicht selten die Farbe der einzelnen Werte, und ebenso kommt es vor, daß einzelne Werte später bei unveränderter Zeichnung in einer andern Farbe ausgegeben werden.

Der Farbenreichtum der Postwertzeichen ist ein ganz enormer. Jede einzelne Farbe oder Farbenmischung ist in unzähligen Nuancen vertreten, sodaß es an Ausdrücken mangelt, um sie alle unterschiedlich zu bezeichnen. Dazu kommt, daß ein und dieselbe Farbennuance von verschiedenen Sammlern verschieden bezeichnet wird. Dies hat eine Zerfahrenheit in der Farbenbezeichnung der einzelnen Kataloge und Handbücher zur Folge gehabt, welche um jeden Preis beseitigt werden mußte. Dies sollte durch Aufstellung einer einheitlichen Farbenkarte geschehen, und thatsächlich wurde ein diesbezüglicher Vorschlag schon im Jahre 1878 vom internationalen philatelistischen Kongresse in Paris in Beratung gezogen. Doch gelang es erst der „National Philatelical Society“ in New York im Jahre 1884 das Problem zu lösen.

Ursprünglich beabsichtigte man eine Farbenkarte aus Briefmarken selbst herzustellen, allein diesem Plane setzten sich unüberwindliche Schwierigkeiten in den Weg, weil gewisse Farbennuancen nur durch seltene Marken hätten repräsentiert werden können, was die Farbenkarte übermäßig verteuert hätte. Die „National Philatelical Society“ stellte

nun eine Farbenkarte im Drucke her, welche dermalen so ziemlich allgemein als mustergültig anerkannt ist. In derselben sind die Farben der Postwertzeichen in sieben Hauptklassen (orange, grün, blau, purpurfarbig, braun, schieferfarbig und rot) eingeteilt, von denen wieder jede in Sektionen und diese letzteren in Farbennuancen zerfallen, wodurch insgesamt 142 Farben dargestellt werden, die fortlaufend numeriert sind. Dadurch ist es dem Sammler möglich, eine bestimmte Farbennuance, ohne daß ein Zweifel möglich wäre, lediglich durch Angabe der betreffenden Nummer der Farbenkarte zu bezeichnen.

Daß einzelne besondere Farbennuancen, wie z. B. der Madrider Stadtpostmarken, der Marken der Schweiz, 60 r. bronce und 1 fr. golden, selbst in dieser Karte nicht vertreten sind, sei immerhin hier bemerkt. Neben der amerikanischen und einer englischen Karte existieren auch noch andere Farbentafeln, wie jene, welche die Gebrüder Senf in Leipzig ihrem „Illustrierten Briefmarken-Journal" beigelegt haben, doch genießen dieselben nicht die Autorität und Verbreitung der amerikanischen Farbenkarte und sind auch bei weitem nicht so vollständig.

Was die Farbstoffe oder Pigmente anbelangt, die zur Herstellung eines farbigen Druckes angewendet zu werden pflegen, so sind dieselben teils anorganischen, das ist mineralischen, teils organischen und zwar vegetabilischen oder — jedoch seltener — animalischen Ursprungs. Der größte Teil unserer Briefmarken ist mit anorganischen Farben gedruckt und dazu gehören insbesondere die Marken der ältesten Zeit. In neuerer Zeit verwendet man hierzu sogenannte chemische Farben, die aus dem Steinkohlenteer gewonnen werden. Zu den letzteren gehören beispielsweise die Anilinfarben, Mauvein, Safranin ꝛc. Metallfarben sind die Kobaltfarben, die Bleiweißfarben, Zinnober u. s. w.

Die Farben werden mit aus Leinöl gekochtem Firnis angerieben und sind daher Fett- oder Ölfarben. Doch giebt

es auch Postwertzeichen, die mit Wasserfarben hergestellt wurden, wie z. B. ein Teil der alten Kaschmirmarken.

Erwähnt sei noch, daß sich die Engländer schon im Jahre 1840, um zu verhüten, daß der Entwertungsstempel mittels Waschungen beseitigt werde, solcher Farben (fugitive colors genannt) bedienten, welche durch eine solche Waschung zerstört worden wären.

Die Farben, in denen die einzelnen Werte der Postmarken herzustellen sind, werden von der Staatsverwaltung genau vorgezeichnet und es wird bei Fabrikation derselben auf die Gleichmäßigkeit der Farbe großes Gewicht gelegt. Nichtsdestoweniger differieren Marken derselben Ausgabe und derselben Farbe häufig nicht unwesentlich. Dies hat seinen Grund entweder in der Empfindlichkeit der Farbe gegen äußere Einflüsse (Licht, Feuchtigkeit) oder darin, daß bei der wiederholten Herstellung derselben Marke nicht die gleiche Farbenmischung erzielt oder daß die Farbe auf die Druckfläche zu dick oder zu dünn aufgetragen wird.

Wie bei der Umrandung beruht auch die Farbe einer Marke auf einer Verfügung der Staatsverwaltung, während die geringen Abweichungen in der Farbe ein und desselben Postwertzeichens (sogenannte Farbennuancen) vielfach zufälligen Umständen ihr Entstehen verdanken.

Von den Schriftzeichen und Schriftarten.

Es giebt verhältnismäßig nur sehr wenige Postwertzeichen, die keinerlei Inschrift, möge dieselbe nun aus Worten oder Zahlen oder doch aus einzelnen Buchstaben oder Ziffern bestehen, tragen. Zu denselben gehören, um doch einige anzuführen: die österreichische Zeitungsmarke 1867 mit dem Merkurkopfe, die ungarischen Zeitungsmarken 1871 und 1872 mit dem Posthorn, die Wertzeichen einiger Postkarten von Italien, der Postkarten von San Marino u. e. a.

Alle anderen Postwertzeichen tragen Inschriften, welche wichtige Angaben als: den Namen des Landes, dem sie

angehören, den Zweck, dem sie dienen, den Wert, den sie repräsentieren, ꝛc. enthalten.

Für denjenigen, der sich mit dem Studium der Postwertzeichen befaßt, ist es daher von hoher Wichtigkeit, die Inschriften, die sich auf denselben vorfinden, lesen zu können und zu verstehen. Leider wurde diesem Teile der Postwertzeichenkunde bisher sehr wenig Aufmerksamkeit geschenkt, was wohl darin seinen Grund hat, daß die Enträtselung der Inschriften auf vielen asiatischen Postwertzeichen dem Sammler große Schwierigkeiten bereitet. Erst Ferdinand Meyer hat diesem Gegenstande seine besondere Aufmerksamkeit zugewendet und in seinen beiden Broschüren „Katalog der Postwertzeichen des ottomanischen Kaisertums" (Wien 1875) und „Afghanistan, seine Post und seine Postwertzeichen" (Wien 1879) die Sammler mit den Inschriften und Schriftzeichen auf den Marken der Türkei und Afghanistans vertraut gemacht und auch in seinem großen Handbuche für Briefmarkensammler (Nürnberg 1881) den Inschriften die ihnen gebührende Beachtung geschenkt.

Ein ganz besonderes Studium aber hat Oskar Kausch in neuester Zeit hierauf verwendet, als dessen Frucht seine Abhandlung „Die Sprachwissenschaft in der Briefmarkenkunde", welche 1891 in Leipzig in zweiter Auflage erschienen ist, und eine Reihe von Aufsätzen in verschiedenen philatelistischen Zeitschriften sich darstellen.

Das Studium der Inschriften der Postwertzeichen umfaßt die Schriftzeichen und die Schriftarten. Unter Schriftzeichen versteht man jene Zeichen, deren sich ein Volk im schriftlichen Verkehre bedient, unter Schriftarten die verschiedenen Darstellungen der Schriftzeichen. Zu den Schriftzeichen gehören auch die Ziffern.

Was nun die Schriftzeichen betrifft, so sind auf den Postwertzeichen die lateinischen weitaus am stärksten vertreten, indem sich derselben alle romanischen Völker und überdies auch die Engländer, Holländer, Dänen, Schweden, ein großer

Teil der Slawen und die Magyaren bedienen. Daran reihen sich die deutschen, russischen (auf den Marken Rußlands, Rumäniens, Serbiens), serbischen (Serbien, Montenegro), türkischen (Türkei, Ägypten) und griechischen (Griechenland, jonische Inseln) Schriftzeichen. Eine ganze Reihe von den Europäern ungeläufigen Schriftzeichen findet sich auf den asiatischen Postwertzeichen vor, so Indopersisch auf den Marken von Afghanistan, Haiderabad, Dsch'iend, Nowanuggur; Sanskrit auf den Marken von Alwar, Sirmoor, Soruth; Hindostanisch auf den Marken von Bhopal; Indisch auf den Marken von Kaschmir, Nowanuggur; Chinesisch auf den Marken von China, Japan, Hongkong, Shanghai; Persisch auf den Marken von Haiderabad, Kaschmir, Persien; Neuindisch auf den Marken von Haiderabad; Dogrisch auf den Marken von Kaschmir; Gutscherat auf den Marken von Radschpipla. Endlich tragen die Marken von Ägypten der Emission 1867 arabische Schriftzeichen.

Noch vielgestaltiger sind die Schriftarten, in denen die Schriftzeichen der Kulturvölker auf den Postwertzeichen zur Darstellung gelangt sind, und zwar insbesondere auf den Ganzsachen, die, wie Postkarten, Kartenbriefe, Postanweisungen ꝛc., viel textliche Bemerkungen enthalten. Man unterscheidet da schmale und breite, fette und halbfette Schriften, Fraktur, Gotisch, Kanzlei, Antiqua, Kursiv, Ägyptienne, Rund- und Haarschriften u. s. w.; ferner ihrer Größe nach Diamant, Perl, Nonpareille, Petit, Korpus u. s. w.

Von den Sprachen.

Wenn schon die Anzahl der Schriftzeichen und Schriftarten, die auf den Postwertzeichen vorkommen, eine große ist, so ist die Zahl der Sprachen, die auf denselben vertreten sind, eine noch weit größere, weil sich ja viele Völker der gleichen Schriftzeichen bedienen. Auch in Rücksicht auf die

Sprachen gilt das Gleiche, was rücksichtlich der Schriftzeichen gesagt wurde, daß sich erst in neuerer Zeit die Aufmerksamkeit auch den Sprachen auf den Postwertzeichen zugewendet hat, und muß auch diesfalls auf das Handbuch für Briefmarkensammler von Ferdinand Meyer und auf das Werk von O. Kautsch: „Die Sprachwissenschaft in der Briefmarkenkunde" verwiesen werden.

In Bezug auf die Sprachen läßt sich nun das Gegenteil dessen feststellen, was von den Schriftzeichen gesagt wurde. Während nämlich die lateinischen (romanischen) Schriftzeichen auf den Postwertzeichen am verbreitetsten sind, herrschen auf denselben die germanischen Idiome vor, indem nämlich die englische Sprache zum großen Teil angelsächsische Elemente in sich begreift und indem auch das Holländische und Dänische außerhalb Europas eine gewisse Bedeutung hat.

Von den romanischen Sprachen ist die spanische die wichtigste, weil Mexiko und alle südamerikanischen Staaten, mit alleiniger Ausnahme Brasiliens, sich dieser Sprache bedienen. Die übrigen romanischen Sprachen als: Portugiesisch (Portugal und Kolonien, Brasilien), Französisch, Italienisch und Rumänisch sind von minderer Bedeutung. Von den slawischen Sprachen ist die russische (Rußland, Serbien, Bulgarien, Montenegro, Österreich) die bedeutendste, doch sind auch das Tschechische, Polnische, Kroatische, Slowenische (auf den österreichischen Ganzsachen), Serbische und Ungarische vertreten. Die europäischen Postwertzeichen weisen außerdem noch folgende Sprachen auf, als: Holländisch, Dänisch, Schwedisch, Finnländisch, Ungarisch, Griechisch, Türkisch und Altnordisch (Norroena auf Island).

Von den außereuropäischen Sprachen, die sich auf den Postwertzeichen vorfinden, seien erwähnt: Arabisch, Siamesisch, Malayisch, Japanisch, Gutscheratisch, Chinesisch, Javanisch ꝛc. Endlich muß auch noch erwähnt werden, daß viele Marken lateinische Inschriften als Devisen in den Wappen, als Sinnsprüche u. s. w. führen.

Von der Wertangabe.

Die Postwertzeichen dienen zur Erhebung oder Verrechnung der Postgebühren. Was ist natürlicher, als daß sowohl das Publikum als auch die Postbeamten zunächst nach der Wertangabe eines Postwertzeichens sehen. Die Wichtigkeit der Wertangabe auf den Marken für den allgemeinen Verkehr bedarf daher wohl keiner nähern Beleuchtung. Leider wurde diese Wichtigkeit nicht allseitig erkannt und gewürdigt, es giebt ja nicht nur Postwertzeichen, bei denen gerade die Wertbezeichnung so unansehnlich oder so ungünstig angebracht ist, daß man Mühe braucht um sie herauszufinden, sondern es giebt sogar viele Postwertzeichen, wie die Marken der jonischen Inseln, von Mauritius Em. 1855—1858, von Barbados Em. 1852—1861, von Trinidad Em. 1851—1858, von Österreich und Ungarn (Zeitungsmarken) ꝛc., die keinerlei Wertangabe führen. Hier kann nur entweder das bestimmte Muster oder die Farbe als Erkennungsmittel des Wertes der Marke dienen. Daß dies mißlich ist, insbesondere für Fremde, denen die Postwertzeichen des fremden Landes völlig unbekannt sind, liegt auf der Hand. Häufig wird allerdings eine markante Wertangabe die Kunstfertigkeit des Musters beeinträchtigen, doch läßt sich auch beides gut vereinigen. Die Wertangabe besteht aus der Angabe der Münzeinheit und der Ziffer, welche die Anzahl der Münzeinheiten bezeichnet. Nicht alle Marken mit Wertangabe geben beides an, sondern es giebt eine ganze Reihe von Marken, wie Belgien Em. 1883—1886, Schweiz: Nachportomarken, Briefumschläge und Streifbänder, Italien: Dienstmarken, Bosnien, Monaco ꝛc., die lediglich die Wertziffer enthalten, die Münzeinheit aber verschweigen, was mit nicht minderen Unzuträglichkeiten verbunden ist.

Ein Blick in eine Postwertzeichensammlung zeigt alle Münzsysteme der Welt. Da giebt es Annas, Aur,

Bajocchi, Candareens, Cents, Centavos, Centesimi, Centesimos, Centimes, Crazie, Cuartos, Dineros, Dollars, Escudos, Francs, Granos, Groschen, Grote, Gulden, Kopeken, Kreuzer, Kronen, Lepta, Lire, Öre, Paras, Penni, Pences, Pesetas, Pesos, Pfennige, Piaster, Pies, Quattrini, Rappen, Reales, Reis, Rigsbankskillings, Schillinge, Schillings, Scudos, Skillings, Soldi, Thaler, Tornesi u. s. w.

Die auf den Postwertzeichen am häufigsten vorkommende Münzeinheit ist der Cent, welcher dem fast allgemein herrschenden Dezimalsysteme entspricht. Wir finden ihn auf den Postwertzeichen von nahezu hundert Staaten in allen fünf Weltteilen vor, doch führt er verschiedene Bezeichnungen wie Centime, Centavo, Centesimo, Centimo u. s. w.

Seine Verbreitung hängt mit dem steigenden Übergewichte Nordamerikas und seines Handels über England zusammen. Vor dem Jahre 1862 emittierten fast alle englischen Kolonialbesitzungen die Marken in der Penny-Skala. Nur Ostindien, welches an der einheimischen Währung festhielt, und Britisch Guyana, wo schon damals die Centrechnung bestand, bildeten eine Ausnahme. Allein schon 1860—1861 wurden in Kanada, Neu-Braunschweig, Neu-Fundland und Neu-Schottland neue Marken in der Centwährung ausgegeben. In den Jahren 1867 und 1868 folgten Hongkong und Britisch Kolumbia, 1872 die Prince Edwards-Inseln und Ceylon diesem Beispiele. Schon im Jahre 1872 herrschte in ganz Nordamerika der Dollarfuß. Seither hat die Centwährung die oben angegebene Ausdehnung gewonnen.

Auch in Europa vollzog sich ein größerer Währungswechsel, welcher auf die Postwertzeichen einen nicht unerheblichen Einfluß übte. Es ist dies der Übergang von der Thaler- und Gulden- zur Markwährung im Deutschen Reiche, welcher vom Reichstage am 24. März 1873 beschlossen wurde und mit Beginn des Jahres 1875 ins Leben trat, und welcher dadurch an Bedeutung gewann, daß

infolgedessen auch Bayern und Württemberg — die einzigen Staaten des Deutschen Reiches, welche noch heute eigene Postwertzeichen verausgaben — Postwertzeichen in der neuen Währung verausgabten. Ebenso trat in Österreich am 1. November 1858 ein Währungswechsel ein, welcher die Verausgabung neuer Marken zur Folge hatte, wie auch die im Jahre 1893 beschlossene Einführung der Goldwährung das Gleiche zur Folge haben muß.

Was den Postwert der Postwertzeichen betrifft, so bewegt sich derselbe in ziemlich weiten Grenzen. Zu den Marken des kleinsten Wertes gehört die Marke Spaniens 1872 $^1/_4$ cts. de Peseta, während die Vereinigten Staaten von Nordamerika Zeitungsmarken bis zu 60 Dollar = 240 Mark verausgabten und in Südaustralien jetzt Marken, welche zugleich als Stempelmarken für fiskalische Zwecke verwendet werden, zu 1, 2, $2^1/_2$, 3, 5, 10, 15 und 20 Pfund Sterling = mehr als 400 Mark in Geltung stehen. Auch Großbritannien emittiert eine Marke im Werte von 5 Pfund Sterling = 100 Mark.

Von den Stecherzeichen.

Wie sich der Maler häufig dadurch zu verewigen sucht, daß er in eine verborgene Ecke seines Bildes seinen Namen einsetzt, wie man bei Kupferstichen den Namen des Stechers vorfindet, so haben auch die Postwertzeichen nicht selten ein vom Verfertiger der Originalplatte herrührendes Zeichen aufzuweisen, welches bekunden soll, welcher Künstler die Platte gestochen hat. Man nennt diese Zeichen: Stecherzeichen. Mit Rücksicht auf den kleinen Umfang des Markenbildes besteht dasselbe wohl zumeist nur aus den Initialen des Namens des Graveurs, doch mitunter auch aus dem vollen Namen.

Den Stecherzeichen wurde erst in der neuern Zeit eine größere Beachtung geschenkt, seitdem sich nämlich das Spezialsammeln mehr verbreitet hat, und der einzelne Sammler

einer geringern Anzahl von Postwertzeichen seine volle Aufmerksamkeit zuwenden kann. Auch sind sie in der Regel so winzig, daß sie nur mit Hilfe einer guten Lupe wahrgenommen werden können. Die Kenntnis derselben ist für den Sammler schon deshalb von Vorteil, weil das Vorhandensein des Stecherzeichens in der Regel als ein Beweis der Echtheit des betreffenden Postwertzeichens wird angesehen werden können, indem es dem Fälscher nur in den seltensten Fällen möglich sein dürfte, dasselbe täuschend nachzuahmen, ganz abgesehen davon; daß den älteren Fälschern das Vorhandensein des Stecherzeichens überhaupt nicht bekannt war und daher auch ihren Produkten fehlen mußte.

Was nun die aufklebbaren Briefmarken anbelangt, so finden sich Stecherzeichen in besonders auffälliger Zahl auf den Marken Spaniens sowie seiner Kolonien: der Philippinen, Cubas und Portoricos, ja sogar seit 1880 auch auf den Marken von Fernando-Po vor. Zumeist bestehen sie im Namen „Julia" im Schatten des Halsrandes. Auch die Marken von Portugal der Emission 1866 und 1867 haben das übrigens leicht sichtbare und daher auch allgemein bekannte Stecherzeichen „C. W." unter dem Kopfe des Königs. Schwieriger ist es schon bei den Marken Neapels, bei denen es aus den einzelnen Buchstaben „G" oder „M" oder „A" oder „I" oder „S" oder „N" besteht, herauszufinden. Außerdem führen noch Stecherzeichen die Marken von Serbien („C. Dumont"), von Peru („M. Grau" oder „F. Bolognese"), von Frankreich 1863—1868 („I"), von Belgien („H. H." oder „A. D."), von Dänemark („F"), den Fidschi-Inseln („W") u. s. w.

Bei den Ganzsachen finden sich teils eigentliche Stecherzeichen, teils die ganze Druckfirma vor.

Am bekanntesten ist das Stecherzeichen des Zeichners der ersten englischen Briefumschläge „W. Mulready. R A", welche deswegen auch Mulready-Couverte genannt zu werden pflegen. Hieran schließen sich die alten preußischen Couverte mit Kopf, welche das Stecherzeichen „Schilling" tragen.

Weiter kommen noch auf den späteren Briefumschlägen von England, auf den Briefumschlägen von Belgien, Mexiko, San Salvador ꝛc. teils Stecherzeichen, teils Angaben der Druckfirma vor.

Sehr zahlreich ist die Angabe der Druckfirma auf den Postkarten und Kartenbriefen z. B. von Kolumbia („Bogota Lit. de Ayala"), von Rußland („Expedition für die Herstellung von Staatspapieren" in russischer Sprache mit cyrillischen Lettern), von Nicaragua („American Banknote Co. N. Y. Litho."), Ecuador („Quito. Impreso por V. Montoya"), von Mexiko („Mexico. Oficina del Gobierno") ꝛc.

Von den Kontrollzeichen.

Unter Kontrollzeichen versteht man bestimmte Zeichen, mit denen die Postwertzeichen schon bei ihrer Erzeugung versehen werden, um eine Kontrolle ihrer Erzeugung zu ermöglichen und Unterschleife zu verhüten. Bei den Marken befinden sie sich im eigentlichen Wertstempel, bei den Ganzsachen zuweilen auch im Texte. Schon die ersten Marken, welche England im Mai 1840 verausgabte, waren mit solchen Kontrollzeichen versehen. Es sind dies die Buchstaben, die sich in den unteren Ecken vorfinden. Aus denselben läßt sich auch die Stellung ermitteln, die jede Marke im Markenbogen, der 240 Marken enthält, eingenommen hat. Vom Jahre 1858 an wurden auch die oberen Ecken der Marken mit Kontrollbuchstaben versehen, und außerdem die Nummer der Platte, von der die Marke herrührt, in das Netzwerk eingezeichnet.

Ein weiteres Land, dessen Postwertzeichen Kontrollzeichen aufweisen, ist Japan, und zwar wurden dieselben 1874 eingeführt, jedoch im Jahre 1876 wieder fallen gelassen. Solcher Zeichen gab es 34. Auch auf den Marken von Bergedorf, Lübeck ꝛc. finden sich Kontrollzeichen.

Um noch ein Kontrollzeichen bei Ganzsachen anzuführen, sei auf die Postkarten des Deutschen Reiches mit Datum-

angabe verwiesen. Hier besteht dasselbe darin, daß im Texte, nämlich in der letzten Adreßlinie, welche aus kleinen Punkten gebildet ist, ein oder der andere Punkt weggelassen ist.

Nicht zu verwechseln mit den Kontrollzeichen sind die geheimen Erkennungszeichen der Postwertzeichen. Die ersteren verfolgen, wie bereits oben erwähnt, den Zweck, die erzeugte Menge aus dem Umsatz zu kontrollieren. Die letzteren dagegen sind lediglich dazu bestimmt, die Echtheit oder Unechtheit des Postwertzeichens festzustellen. Von letzteren Zeichen wird im zweiten Teile ausführlicher gesprochen werden.

Von der Gummierung.

Der Erfindung der aufklebbaren Briefmarke ist es zu danken, daß das Projekt des billigen einheitlichen Portos zur That wurde. In der Aufklebbarkeit des Wertzeichens steckte das Ei des Columbus, denn die Verbindung desselben mit dem Poststück mußte auf möglichst einfache und sichere Weise bewerkstelligt werden können; nur dann, wenn hierdurch die Manipulationskosten auf das Mindestmaß herabgedrückt wurden, konnte die geplante Portoermäßigung bewilligt werden.

Die gewünschte Einfachheit wird dadurch erzielt, daß die Rückseite der Briefmarke mit einem Klebestoffe bestrichen wird, der nur etwas befeuchtet zu werden braucht, um die Marke, wenn sie auf den Brief gedrückt wird, haften zu machen.

Diese Prozedur nennt man Gummierung, obschon nicht immer Gummi arabicum, sondern auch Dextrin, oder Leim, ja selbst Stärkekleister hierzu verwendet wird. Die Gummierung ist aber auch für den Sammler von Belang, weil nicht selten Fälschungen und Neudrucke (worüber in einem der nächsten Abschnitte wird gesprochen werden) an der Art der Gummierung zu erkennen sind.

Bei gebrauchten Marken wird sich allerdings über die Art, in der sie gummiert worden sind, in den meisten Fällen kaum etwas bestimmtes konstatieren lassen, allein desto sicherer wird das Urteil bei ungebrauchten Marken sein. Fälschungen und Neudrucke weisen in der Regel ein lichtes Gummi auf, während die Originale zumeist bei älteren Marken eine dunklere, gewöhnlich eine gelbliche, mitunter, wie bei den Marken Hannovers, eine rotgelbe oder orangerote, ja selbst rote Gummierung zeigen.

Bis in die neuere Zeit war man der Ansicht, daß dem Gummi eine den Farbstoff der Marke zersetzende Eigenschaft anhafte, welchen Prozeß man Cyanose nannte und welchem man beispielsweise zuschrieb, daß das Papier von der ursprünglich weißen in eine bläuliche Farbe überging, wie bei den Marken von Barbados, Emission 1852, von Chile, Emission 1852, u. s. w.

Heute weiß man, daß dies nicht richtig ist, sondern daß beispielsweise die Marken der I. Emission von Barbados zwar auf weißes Papier gedruckt wurden, daß aber der Druckfarbe etwas Alaun beigemischt worden ist, wodurch das Papier eine bläuliche Färbung angenommen hat.

Eben so wenig ist der Vorwurf begründet, daß der Klebestoff der Briefmarken mitunter gifthaltig sei. Der Klebestoff der deutschen Marken wurde im Jahre 1877 sowohl von Dr. Sonnenschein in Berlin als auch von Professor Dr. Pflüger am Physiologischen Institut der Universität Bonn selbständig untersucht, vom letzteren auch Kaninchen und Hunden unter die Haut eingespritzt, ohne daß sich die geringste schädliche Wirkung gezeigt hätte, und er wurde von beiden als vollkommen giftfrei erklärt.

Aber nicht nur bei den aufklebbaren Marken, sondern auch bei einigen Ganzsachen, wie bei den Briefumschlägen, Postanweisungscouverten, Streifbändern, Kartenbriefen ꝛc., kommt ein Klebestoff zur Verwendung und bildet auch hier häufig das probateste, ja einzige Mittel zur Unterscheidung der Neudrucke von den Originalen. Jenachdem bei den

Briefumschlägen nur die Spitze oder Zunge der Klappe, oder aber der größere Teil ihrer Umrandung mit dem Klebestoffe versehen ist, unterscheidet man eine kurze und eine lange Gummierung. In letzterer Zeit wird die lange, früher wurde zumeist die kurze Gummierung angewendet.

Auf der Pariser Weltausstellung 1878 war eine aus der Fabrik von Marinoni in Paris hervorgegangene Gummierungsmaschine zum Gummieren der Rückseite von Briefmarkenbogen ausgestellt, welche eine enorme Leistungsfähigkeit hatte und in der Stunde über 600 Bogen gummierte. Sie ist ähnlich wie die englischen Schnellpressen konstruiert.

Die Gaufrage.

Bei der Verausgabung von Postwertzeichen mußte man nicht nur darauf bedacht sein, sie mit Schutzmitteln gegen Nachahmungen und Verfälschungen zu versehen, sondern man mußte auch trachten, sie in einer Weise herzustellen, daß ihre nochmalige Verwendung im Postverkehre unmöglich gemacht und daher möglichst erschwert werde. Insbesondere die Vereinigten Staaten von Nordamerika hatten allen Grund zur letzterwähnten Maßregel, denn dort wurde die sogenannte Markenwäsche, worunter man die Reinigung der Marken vom Entwertungsstempel verstand, im Großen, fabrikmäßig betrieben und die Postverwaltung durch wiederholte Verwendung einer und derselben Marke zur Frankatur um ungeheure Summen geschädigt.

Diesem Übel sollte die Gauffrierung der Briefmarken abhelfen, welche darin bestand, daß den Marken ein aus kleinen Punkten bestehendes Gitterwerk eingeprägt wurde, welches insbesondere am Rücken der Marke sichtbar ist.

Dadurch wurde die Papierfaser gebrochen und das Eindringen der Farbe des Entwertungsstempels in dieselbe

erleichtert und befördert, so daß sich die Entfernung des Entwertungsstempels weit schwieriger, ja häufig gar nicht bewerkstelligen ließ.

Die Marken der Emission 1868 waren die ersten, die mit Gauffrage versehen wurden. Es folgten jedoch diesem Beispiele nur wenige Länder, darunter z. B. Peru. Für die Sammler erhielt die Gauffrage auch deshalb Bedeutung, weil später Neudrucke der Marken der Vereinigten Staaten von Nordamerika ohne dieselbe hergestellt wurden, der besagte Gitterstempel daher dazu dient die Originale von den Neudrucken und Fälschungen zu unterscheiden, weil das Vorhandensein der Gauffrage dafür bürgt, daß man es mit einem Originale zu thun habe. Doch darf nicht verschwiegen werden, daß in neuerer Zeit auch dieses Schutzmittel gefälscht wird.

Vom Untergrunde.

Unter Untergrund versteht man die Beschaffenheit jenes Teiles der Papierfläche eines Postwertzeichens, aus dem sich das eigentliche Markenbild abhebt. Er gehört auch zu den Unterscheidungsmerkmalen der Postwertzeichen, weil es Postwertzeichen giebt, die sich nur durch ihn von einander unterscheiden. Der Untergrund ist entweder von derselben Farbe wie das Papier oder er ist von verschiedener Farbe. In letzterem Falle ist er entweder glatt (fond uni), wie z. B. bei den Marken von Preußen, Emission 1857, von Kapland I. Emission, oder von Spanien, Emission 1854, oder er ist gemustert.

Der gemusterte Untergrund kann wieder verschiedene Dessins haben. Er ist entweder gestreift, oder punktiert, oder karriert, oder genetzt, oder gewürfelt, oder arabeskenartig verziert. Der gestreifte Untergrund kann wieder horizontal, oder vertical, oder diagonal, oder wellenartig, oder schlangenförmig gestreift sein u. s. w.

Durch glatten oder karrierten Untergrund unterscheiden sich z. B. die Marken von Preußen der Emissionen von 1857 und 1858, von Kapland der Emissionen von 1853 bis 1858 und von 1860, durch weißen oder farbigen Untergrund die Marken von Sardinien der Emissionen 1853 und 1855, durch punktierten oder welligen Untergrund die Marken von Dänemark der II. Emission zu 4 und 8 Skilling, durch senkrecht oder wagerecht gestreiften Untergrund die Kantonalmarken von Zürich zu 4 und 6 Rp., einige Marken von Mauritius und Neu-Süd-Wales.

Bei den Marken von Elsaß-Lothringen, welche einen genetzten Untergrund haben, unterscheidet man solche, bei denen die Spitzen des Netzwerkes nach oben, und solche, bei denen sie nach unten gekehrt sind, bei Hannover solche, bei denen die Maschen des Netzes enger oder weiter, ferner solche, bei denen die Netze schwarz oder grau sind u. s. w.

Vom Überdruck.

Unter Überdruck versteht man insgemein die bei einigen Briefumschlägen vorkommende Wertbezeichnung, welche meist in Diamantschrift außerhalb des eigentlichen Wertstempels in immer gleichmäßig sich wiederholender Wortfolge den Wert des Postwertzeichens angiebt. Er ist seinem Hauptzweck nach eine Schutzmaßregel gegen Fälschungen, gleichzeitig aber auch eine Kontrolle der Wertangabe des Wertstempels. Indem es Briefumschläge giebt, die bei sonstiger Übereinstimmung sich nur in Bezug auf den besagten Überdruck unterscheiden, bildet er ebenfalls ein Unterscheidungsmerkmal der Postwertzeichen. Der Überdruck unterscheidet sich dadurch, daß er entweder rechts oder links vom Wertstempel oder quer durch denselben läuft, daß er schwarz oder farbig und in letzterm Falle wieder entweder von gleicher Farbe mit dem Wertstempel oder

von anderer Farbe, daß er in kleinerer oder größerer Schrift hergestellt ist u. s. w. Zumeist läuft er in zwei Reihen um den Briefumschlag.

Rechts über dem Wertstempel befindet sich der Überdruck bei den Briefumschlägen von Preußen 1861, Hannover 1861, Sachsen 1862, Mecklenburg-Strelitz 1864, Oldenburg 1862, Braunschweig 1865, Baden 1862, Lübeck 1864, Thurn und Taxis 1861, 1862 und 1866, Württemberg 1862, 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, quer durch den Markenstempel bei den Briefumschlägen des Deutschen Reiches 1872, des Norddeutschen Postbezirkes 1868 und den provisorischen Couverten desselben, von Preußen 1863 und 1865 und bei den Couverten für den ehemaligen Bezirk von Thurn und Taxis, bei den Briefumschlägen von Bayern 1869, von Niederländisch Indien 1882.

Bei den Briefumschlägen von Sachsen 1863 endlich befindet sich der Wertstempel in der rechten, der Überdruck aber in der linken obern Ecke. In der Regel ist der Überdruck schwarz oder grauschwarz, farbig nur bei den Briefumschlägen von Hannover, Sachsen, Mecklenburg-Schwerin und -Strelitz, Oldenburg, Braunschweig, Baden, Lübeck, Thurn und Taxis und Württemberg.

Von den Briefumschlägen von Mecklenburg-Schwerin, Württemberg und Thurn und Taxis $^1/_2$ Sgr. giebt es Ausgaben mit dem Überdrucke in kleinen und größeren Lettern.

Vom Aufdruck.

Die staatlichen Postwertzeichen werden nach einem bestimmten, im Verordnungswege hergestellten Muster hergestellt und die diesfälligen Beschlüsse im Reichsanzeiger, Reichsgesetzblatte oder wie sonst die Blätter heißen mögen,

in denen die Staatsverwaltung ihre Verfügungen veröffentlicht, zur Kenntnis des Publikuns gebracht. Ergiebt sich später die Notwendigkeit, ein Postwertzeichen, welches nach dem ursprünglichen Muster hergestellt worden ist, mit einem weitern Zeichen zu versehen, um demselben, sei es in Bezug auf den Wert, oder auf das Geltungsgebiet u. s. w., eine andere Bestimmung zu geben, so nennt man dies einen Aufdruck.

Von diesen Aufdrucken giebt es heute bereits eine schwere Menge, so daß wir uns mit denselben etwas länger beschäftigen müssen. In der Regel ist der Aufdruck ein Auskunftsmittel, welches über die erste Verlegenheit hinaushelfen soll, um bald durch ein Definitivum ersetzt zu werden, und man nennt die Aufdrucksmarke daher auch in der Regel Provisorien, allein die Erfahrung lehrt, daß es Provisorien giebt, die sich jahrelang erhalten und daß, wenn sie schließlich durch andere Marken ersetzt werden, diese letzteren wieder Aufdrucksmarken sind, so daß manche von ihnen den Charakter des Vorübergehenden verlieren und als ein Definitivum angesehen werden können. Ja es giebt Fälle, und dieselben sind nicht selten, daß in einzelnen Ländern gleich bei der Einführung der Postwertzeichen mit Aufdrucksmarken begonnen wird.

Die Ursachen, die zur Ausgabe von Aufdrucksmarken führen, sind sehr verschiedenartig, und sollen nur einige der häufigsten hier angeführt werden.

Zumeist handelt es sich darum, einem Postwertzeichen einen anderen Postwert, als worauf dasselbe ursprünglich lautete, zu verleihen. In diesem Falle wird der Marke der neue Wert aufgedruckt, wobei es nicht selten vorkommt, daß die alte Wertbezeichnung gleichzeitig durch einen Querstrich oder in anderer Weise gelöscht wird (Britisch Guyana, St. Helena ꝛc.).

Der Grund davon liegt oft ganz einfach darin, daß bei einzelnen Werten die Stücke ausgehen, während von anderen, in der Regel höheren Werten noch ein großer, den Bedarf

weit übersteigender, Vorrat vorhanden ist. Statt nun den kleinen Wert neu anzufertigen, werden die Vorräte des höhern Wertes durch einen entsprechenden Aufdruck auf den kleinen Wert herabgesetzt und nun dieser letztere am Postschalter verkauft. Viel seltener ist der umgekehrte Fall, daß nämlich eine minderwertige Marke durch Aufdruck des neuen Wertes in eine höherwertige umgewandelt wird, weil sich dadurch das Fälschen der Aufdrucke, selbst zu Postzwecken, rentabel gestaltet, während im ersteren Falle ein Fälschen nur zum Nachteile der Sammler gewinnbringend sein könnte.

Derlei Aufdrucksmarken sind in der Regel wahre Provisorien und kommen in sehr vielen Ländern vor. Erwähnt sei, daß manche Staaten zu dem weitern Auskunftsmittel griffen, Briefmarken zu halbieren und jede Hälfte mit dem Aufdrucke des niederern Wertes zu versehen, wie Persien, Dominica ꝛc.

Sehr häufig nötigt eine Änderung im Portotarife zum Aufdrucke. Statt die Restbestände der dem alten Portotarife entsprechenden Marken zu vernichten, werden die neuen Werte mittels Aufdruckes hergestellt. Zuweilen handelt es sich nur um einen einzigen, bisher nicht vorhanden gewesenen Zwischenwert.

Auch ein Währungswechsel kann den Anlaß zu solchen Aushilfsmarken bieten.

Ein weiterer Zweck solcher Aufdrucke ist der, einem Postwertzeichen ein besonderes Geltungsgebiet zuzuweisen. In diesem Falle werden sie in der Regel mit dem Aufdrucke des Namens des betreffenden Postgebietes versehen. So wurden die Marken von Portugal, welche auf den Azoren oder auf Madeira zur Verwendung gelangen sollten, mit dem Namen dieser Inseln überdruckt. Als es sich um selbständige Marken für Ostrumelien handelte, wurden die Marken der Türkei mit einem entsprechenden Aufdrucke versehen. Der gleiche Fall trat ein, als man in Dschohore, Perak, Salangor, Pahang, Sungej-Udschong, Bangkok ꝛc. Marken einführte, indem man den Marken von Straits-Settlements den

betreffenden Landesnamen, oder Initialen desselben aufdruckte, oder indem man bei der Verausgabung von Marken für Gwalior, Dsch'hind, Faridkot, Nabha, Puttiala, Tschamba, die Marken von Ostindien hierzu verwendete und sie mit dem Aufdrucke des Namens dieser Gebiete versah. Die türkischen Marken wurden durch den Aufdruck „Cheir" (Stadtpost) in Stadtpostmarken verwandelt.

Als die französische Regierung daran ging, ihren Kolonien Réunion, Senegambien, Cochinchina, Indochina, Anam und Tonking, Gabun, Martinique, Noßi-Bé, Obock, St. Pierre und Miquelon, Guadeloupe, Tahiti, Neu-Caledonien ꝛc. selbständige Marken zu geben, that sie das Gleiche mit den früheren allgemeinen Koloniemarken.

In dieser Weise wurden die Marken des Kaplandes für Griqualand und für Britisch Beschuanaland, die Marken der Südafrikanischen Republick für Zwazieland, die Marken Großbritanniens für Zululand und für die Insel Cypern, die Marken von Kap Verde für Guinea ꝛc. verwendet. Eine besondere Erwähnung verdienen die sogenannten Levantemarken des Deutschen Reiches, Österreichs, Frankreichs und Großbritanniens, welche in der Weise hergestellt wurden, daß die einheimischen Marken mit dem Aufdrucke des türkischen Wertes versehen worden sind.

Österreich besitzt zwar eigene Levantemarken (die auf Soldi lauten), doch wurden auch diesen die türkischen Werte aufgedruckt.

Die Marken Mexikos trugen in früherer Zeit den Aufdruck des Namens des Postbezirkes, in welchem sie am Schalter aufgeklebt oder an das Publikum verkauft wurden.

Eine weitere Kategorie von Aufdrucken verfolgt den Zweck, die Bestimmung eines Postwertzeichens zu ändern. Dies kommt zumeist bei den Dienstmarken vor, welche in der Weise hergestellt werden, daß man den gewöhnlichen Briefmarken eine, ihre nunmehrige Eigenschaft als Dienstmarken andeutende Bezeichnung, wie „Service" oder „Officiel" (Oficial) oder „O. S." (Südaustralien) oder „Gobierno"

(Peru) oder „Sakari“ (Haiderabad) ꝛc. aufdruckt. In Italien wurden dagegen Dienstmarken durch einen Aufdruck zu Zeitungsmarken umgestaltet. Bayern schuf Nachportomarken, indem es seine gewöhnlichen Briefmarken in einer anderen Farbe herstellte und sie mit dem Aufdrucke „Vom Empfänger zahlbar“ versah. Großbritannien verwandelte seine Briefmarken durch den Aufdruck „Gov^t Parcels“ in Dienstpaketmarken.

Manche Staaten versahen ihre Marken mit einem Aufdrucke, um sie vor Fälschungen zu bewahren, wie Cuba, welches sich durch den Aufdruck eines kunstvollen Linienornamentes mit einer Zahl in der Mitte dagegen schützen wollte, daß gefälschte oder gestohlene Marken zur Frankatur verwendet wurden, oder wie San Salvador und Venezuela. Die Marken für Cuba, welche in Portorico verwendet werden sollten, wurden des zwischen diesen beiden Ländern bestehenden Disagios wegen mit einem eigenen Kontrollzeichen, nämlich mit dem Aufdrucke eines Federzuges (Parafe) versehen.

In vielen Ländern wurden aushilfsweise Stempelmarken zur Frankatur von Postsendungen herangezogen und durch einen entsprechenden Aufdruck, wie „Postage“ (Natal, Grenada) oder „Stamp Duty“ (Victoria), als Briefmarken gekennzeichnet. In Guatemala verwendete man sogar die Eisenbahnmarken der Nordbahn dazu und versah sie mit dem Aufdrucke „Correos Nacionales Guatemala“.

Zum Schlusse muß noch einiger eigenartigen Aufdrucke gedacht werden.

Nach der Vertreibung der Königin Isabella von Spanien wurden die Briefmarken, um sie postgültig zu machen, in Spanien und Spanisch Westindien mit dem Aufdrucke „Habilitado por la Junta Revolucionaria“ oder „Habilitado por la Nacion“, auf den Philippinen mit dem Aufdrucke „Habilitado“ versehen.

In Ceylon versah man Postkarten je nach dem Seewege, den sie zu verfolgen hatten, mit einem besondern Aufdrucke,

z. B. „Naples Marseilles or Southampton 8 Cents“ oder: „Via Brindisi 12 Cents“.

Geradezu Unglaubliches leistete Peru in Aufdrucken. Die Postmarken, welche für den Verkehr mit dem Auslande bestimmt waren, wurden mit dem Aufdrucke: „Union Postal Universal, Plata, Peru“ versehen. Als die Hauptstadt am 17. Januar 1881 im chilenischen Kriege vom Feinde besetzt wurde, wurde der Aufdruck geändert. Gleichzeitig versah die aufständische Regierung in Arequipa dieselben noch mit dem weiteren Aufdrucke „Arequipa“. Die siegreichen Chilenen hingegen versahen die peruanischen Marken mit dem mittels Handstempels aufgedruckten chilenischen Wappen, so daß wir bei Peru zwei und selbst drei verschiedenen Aufdrucken begegnen.

Was nun die Geschichte des Aufdruckes anbelangt, so ist derselbe eine Erfindung der Spanier. In Spanisch Westindien nämlich betrug das Inlandporto für den einfachen Brief nur $^1/_4$ Real. Da die zwei Realesmarke nur selten zur Verwendung kam, versah man sie, um die Vorräte derselben aufzubrauchen, mit dem Aufdrucke Y (Interior) $^1/_4$ und änderte dadurch ihren Wert in $^1/_4$ Real. Das geschah im Jahre 1855 und war der erste bekannte Aufdruck.

Allerdings hat schon Victoria in den Jahren 1854 und beziehungsweise 1855 zwei Marken ausgegeben, von denen eine den Aufdruck „Registered“, die andere den Aufdruck „Too late“ in einer von jener der übrigen Marke verschiedenen Farbe trug, allein diese Marken sind keine Aufdrucksmarken im philatelistischen Sinne, weil der betreffende Aufdruck einen Teil der bei ihrer Einführung vorgeschriebenen Zeichnung bildete und gleichzeitig mit der Marke selbst hergestellt wurde.

Zunächst folgte St. Helena, welches im Jahre 1863 aus der Marke zu Six Pence eine Reihe von Werten dadurch herstellte, daß es durch einen Aufdruck den alten Wert löschte

und die neuen Werte ersichtlich machte. Doch wurden gleichzeitig die verschiedenen Werte in verschiedenen Farben hergestellt, ein Beispiel, welches 1868 auch von Britisch Kolumbia nachgeahmt wurde.

Europa kannte bis zum Jahre 1864 keinerlei Aufdrucke. In diesem Jahre aber stellte Italien eine Aufdrucksmarke her, indem es die Marke zu 15 Centesimi durch Löschung der alten und Aufdruck der neuen Wertbezeichnung in eine 20 Centesimimarke verwandelte, einer der seltenen Fälle, in denen durch den Aufdruck eine Erhöhung des Postwertes stattfand. Die nächsten Aufdrucksmarken wurden ausgegeben in Straits-Settlements 1867, Azoren und Madeira 1868, Südaustralien 1869, Ägypten 1872, Shanghai 1873, Bermuda 1874, Fidschi-Inseln 1875 u. s. w.

Nunmehr beginnt das Aufdrucksunwesen schnell zuzunehmen. Im Jahre 1876 waren es 6, 1877 12, 1878 14, 1879 und 1880 je 15, 1881 19, 1882 21 neue Länder u. s. w., welche Aufdrucksmarken verausgabten, und heute giebt es nur sehr wenige Länder mehr, die sich aufdrucksfrei erhalten haben.

Allein nicht alle Marken, die einen Aufdruck führen, sind Aufdrucksmarken in dem hier gebrauchten Sinne. Man begegnet nämlich häufig Marken, welche den Aufdruck „Specimen“ oder „Cancelled“ oder „Prueba“ oder dergl. tragen. Diese Aufdrucke verfolgen keinen der hier erörterten Zwecke und die damit versehenen Postwertzeichen sind nicht dazu bestimmt im Postverkehre verwendet zu werden. Im Gegenteil: Dieser Aufdruck soll sie von dem Postverkehre ausschließen. Manche Staatsverwaltungen verschmähen es nämlich nicht, die Restvorräte außer Geltung gesetzter Postwertzeichen an Sammler und Händler zu verkaufen und versehen dieselben dann, um einem Mißbrauche vorzubeugen, mit dem Aufdrucke „Specimen“ oder „Cancelled“. Ebenso werden auch bei Einführung neuer Postwertzeichen Proben derselben an befreundete Regierungen und wohl auch an die

unterstehenden Postbehörden gesendet, damit dieselben in der Lage sind eventuell auftauchende Fälschungen zu erkennen. Auch diese Marken werden mit dem Aufdrucke „Specimen" oder „Prueba" (Probe) versehen.

Vom Schnitt.

Der Schnitt ist ein Unterscheidungsmerkmal, welches nur bei einigen Ganzsachen und zwar hauptsächlich bei den Briefumschlägen, dann aber auch bei Kartenbriefen und Streifbändern vorkommt.

Man versteht darunter die Art und Weise, in welcher bei Briefumschlägen, Postanweisungscouverten und Kartenbriefen die obere Verschlußklappe und die Seitenteile und bei Streifbändern die Enden zugeschnitten und gefaltet sind. Bei den Briefumschlägen ist besonders der Schnitt der obern Verschlußklappe, auch Patte genannt, und da wieder vor allem jener des untersten Teiles derselben, der Spitze oder Zunge, wichtig. Sie kann geschweift, oder gerade, oder spitz oder abgerundet zugeschnitten sein u. s. w.

Auch der Schnitt der beiden Seitenklappen ist oft entscheidend und daher zu beachten.

Vom Klappenstempel.

Auf der Spitze oder Zunge der Verschlußklappe der Briefumschläge ist häufig ein gemusterter Stempel eingeprägt. Man nennt denselben Klappen- oder auch Pattenstempel. Er ist zumeist weiß, doch auch zuweilen, wie bei Uruguay ꝛc., farbig. Es giebt mehr als 60 verschiedene Klappenstempel. Am häufigsten weist er linien- oder arabeskenartige Verzierungen, Rosetten, Blumen, oder ein Posthorn, Wappen u. dgl. auf. Manche

Emissionen von Briefumschlägen unterscheiden sich nur durch das Muster des Klappenstempels, oder dessen Größe, oder durch das Fehlen desselben von einander.

Es giebt sogar Briefumschläge, bei denen sich an der Zunge der Verschlußklappe, also dort, wo sonst der Klappenstempel angebracht ist, der eigentliche Wertstempel befindet. Dies ist bei den älteren Briefumschlägen von Rußland und Finnland und bei jenen der Türkei der Fall. Bei den letzteren ist der Wertstempel — was sonst nirgends mehr vorkommt — derart postiert, daß er zur Hälfte auf der Zunge der Verschlußklappe und zur andern Hälfte auf dem untern Teile der Rückseite des Briefumschlages sitzt, so daß der Wertstempel bei einem noch nicht verwendeten geöffneten Briefumschlage in zwei Teile geteilt ist und erst dadurch ganz wird, daß man den Briefumschlag verschließt, indem dadurch die beiden Teile desselben vereinigt werden.

Vom Vordruck.

Unter Vordruck versteht man die textlichen Vermerke, welche sich außer dem eigentlichen Wertstempel und dem Überdrucke auf den Postwertzeichen befinden. Er kommt fast ausschließlich bei den Ganzsachen vor. Von aufklebbaren Briefmarken besitzen ihn nur die Geldbriefvignetten der Vereinigten Staaten von Kolumbien, von Tolima ꝛc.

Daß die Anzahl der Vordruckverschiedenheiten insbesondere bei den Postkarten und Postanweisungen eine sehr große ist, braucht wohl nicht erwähnt zu werden. Nicht nur der Inhalt der textlichen Vermerke, zu denen selbstverständlich auch die Aufschriften, Gebrauchsbemerkungen u. s. w. gehören, sondern auch die Stellung der Lettern, deren Größe und Form (Schriftart), ja selbst Form und Gestalt von Linien, Strichen und Punktreihen bilden für den größeren Sammler ebensoviel Unterscheidungsmerkmale.

Von den unabsichtlichen Verschiedenheiten ein und desselben Postwertzeichens.

Jeden Akt einer Staatsverwaltung, womit dieselbe die Ausgabe neuer oder veränderter Postwertzeichen verordnet, nennt man — Emission. Dabei ist es unentscheidend, ob diese Verordnung allgemein, oder ob sie nur im internen Dienstverkehr den unterstehenden Postämtern bekanntgegeben wird. Betrifft diese Maßregel eine Reihe von Postwertzeichen, so spricht man von einer neuen oder veränderten Markenserie, betrifft sie nur einen oder ein paar Werte, so liegt nur die Ergänzung einer bereits vorhandenen Serie oder die Einführung eines Zwischenwertes u. dergl. vor. Häufig wird die Neuauflage eines Postwertzeichens, die notwendig wird, wenn die Vorräte der frühern Auflage zu Ende gehen, als Emission bezeichnet, was ganz unzutreffend ist, falls nicht gleichzeitig eine Änderung in Muster, Farbe oder dergl. verordnet wird.

Was speziell die Ausgabe veränderter Postwertzeichen anlangt, so kann sich die Veränderung auf das Muster oder die Zeichnung, auf die Wertangabe, auf Farbe, Wasserzeichen, Umrandung ꝛc. beziehen. Postwertzeichen, welche infolge einer solchen Verordnung der Staatsverwaltung sich von einander unterscheiden, sind daher als Postwertzeichen verschiedener Emissionen anzusehen.

Es giebt jedoch auch Verschiedenheiten von Postwertzeichen, welche ein und derselben Emission angehören und daher zufällig, zum Mindesten aber von der Staatsverwaltung unbeabsichtigt entstanden sind. Mit diesen wollen wir uns in diesem Kapitel befassen. Dazu gehören vor allem die

Typenverschiedenheiten.

Wir haben im Abschnitte von der „Herstellung der Postwertzeichen" gesehen, daß eine Originalplatte zumeist eine

größere Anzahl von Markenbildern ein und desselben Postwertzeichens enthält. Da ist es wohl selbstverständlich, daß selbst bei Anwendung der größten Sorgfalt kleine, wenn auch öfters nur mit der Lupe wahrnehmbare Unterschiede in der Zeichnung der einzelnen Markenbilder vorkommen. Diese Unterschiede in der Zeichnung ein und desselben Postwertzeichens nennt man Typenverschiedenheiten. Eine Typenverschiedenheit ist daher nur dann vorhanden, wenn der Unterschied zwischen zwei Marken ein und derselben Gattung im Muster oder der Zeichnung liegt.

Da eine Platte oft 50 und noch mehr Markenbilder enthält, so giebt es oft auch ebenso viele Typen einer Marke.

Beruht hingegen ein solcher Unterschied im Muster oder in der Zeichnung nicht auf einer Verschiedenheit der Markenbilder auf der Originalplatte, sondern auf einem Versehen bei Anfertigung der Abzüge der Originalplatte, so liegt in der Regel ein

Fehldruck

vor. Solche Fehldrucke sind besonders bei jenen Postwertzeichen häufig, welche mittels Typendrucks hergestellt werden. Aber auch dann wird von einem Fehldruck gesprochen werden müssen, wenn der Graveur bei Herstellung der Platte bei einem oder dem anderen Markenbilde einen Fehler begangen hat, wenn er beispielsweise im Namen des Landes oder in der Wertangabe einen Buchstaben falsch graviert, und statt eines t ein d setzt. Derlei grobe Verschiedenheiten können nicht mehr als unvermeidliche Typenverschiedenheiten gelten. Verstöße solcher Art kommen insbesondere bei Aufdrucksmarken vielfältig vor, wenn infolge eines Versehens auf eine Marke ein unrichtiger Aufdruck, der für einen andern Wert bestimmt ist, gesetzt wird, oder wenn der Aufdruck einen Fehler aufweist. In der Sammlerpraxis werden endlich auch solche Marken als Fehldrucke

bezeichnet, welche eine falsche Farbe zeigen. Wenn nämlich für einen bestimmten Wert die blaue Farbe vorgeschrieben ist und es wird die Marke mit diesem Werte in der roten Farbe eines andern Wertes gedruckt, so wird dies auch für einen Fehldruck gehalten.

Weiter gehören hierher die

Farbennuancen und -Varietäten.

Die Postwertzeichen im allgemeinen und die in gewissen Farben (Mauvein $C_{27}\ H_{24}\ N_4$) hergestellten insbesondere, sind gegen die Einwirkungen des Lichtes und der Feuchtigkeit sehr empfindlich. Die Folge davon ist die, daß die Farbe der Postwertzeichen, welche diesen Einflüssen ausgesetzt werden, sich ohne Zuthun des Menschen verändern. Ebenso kann auch die Zersetzung des Klebestoffes (Gummi, Dextrin) die Farbe der Marken verändern. Endlich geschieht es auch häufig, daß ein und dieselben Postwertzeichen bei einer Neuauflage nicht in der vollkommen gleichen Farbe wieder gedruckt werden, was besonders bei Grau, Violett, Lila u. s. w. häufig der Fall ist. Dadurch entstehen unbeabsichtigte Farbenverschiedenheiten, die man Nuancen nennt.

Wird bei der Neuauflage eines Postwertzeichens ein etwas verschiedenes Papier verwendet, weil z. B. dasjenige, welches früher dazu genommen wurde, ausgegangen ist oder wohl gar nicht mehr angefertigt wird, oder wird ein Papier mit einem unrichtigen Wasserzeichen verwendet, so entstehen Varietäten.

Schließlich sei noch bemerkt, daß kleine Druckverstöße, welche zumeist in einem verwischten oder verfehlten Drucke bestehen, die der Engländer mit dem Ausdrucke „misprint“ bezeichnet, nicht als Fehldrucke angesehen werden können, sondern höchstens als Varietäten zu bezeichnen sind, wie z. B. der sogenannte Fehldruck der österreichischen Marke Emission 1850 3 Kr. rot mit K. F., wobei lediglich das zweite K

infolge Abnutzung der Platte mangelhaft gedruckt wurde und scheinbar ein F ist.

Endlich muß hier noch der

Kuriositäten

gedacht werden, worunter teils ganz besondere Verstöße bei der Anfertigung der Postwertzeichen oder postalische Spielereien u. dgl. verstanden werden. Dazu gehören beispielsweise die sogenannten tête-bêche-Marken, welche im Markenbogen eine falsche Stellung (wenn sie sich mit den beiden oberen Enden aneinanderreihen) einnehmen, wie z. B. bei den türkischen Marken erster Emission, wodurch auch eine Verschiebung des Kontrollstempels, welcher sich in Form einer farbigen Bordure regelrecht am untern Ende der Marke befinden soll, eintritt, oder die Doppeldrucke (double face), Marken, welche auf beiden Seiten gedruckt sind, wie z. B. Österreich Em. 1850 1 Kr. gelb u. s. w.

Postalische Kuriosa sind: Stempelmarken, die einmal aus Mangel an Postmarken, ohne daß es gesetzlich gestattet war, als Briefmarken verwendet worden sind, halbierte Postmarken, die die Post passiert haben, Marken, die in einem Gebiete zur Frankatur verwendet wurden, in welchem sie keine Geltung hatten, wie dies z. B. seinerzeit in der Lombardei und Venedig vorkam, wo nicht selten die nach Muster und Farbe ganz gleichen österreichischen Marken zur Frankatur verwendet wurden und von der Post im Drange der Geschäfte unbeanstandet blieben, und Ähnliches.

Von den Vor- und Nachgebilden der Postwertzeichen.

Sobald eine Regierung daran geht, Briefmarken, sei es neu einzuführen oder eine neue Ausgabe (Emission) derselben zu veranstalten, läßt sie sich in der Regel Muster davon vorlegen. Zu diesem Behufe wird entweder eine Konkurrenz ausgeschrieben, in welcher Künstler aufgefordert werden,

Proben vorzulegen, oder sie läßt sich dieselben in ihren eigenen Staatsanstalten (Staatsdruckereien) oder in kurzem Wege von Privaten anfertigen. Dann trifft sie ihre Wahl und erläßt ein Dekret, womit die Verausgabung des gewählten Musters verordnet und allgemein angekündigt wird.

Erst dadurch wird eine Marke zum wirklichen Postwertzeichen. Die von der Regierung verausgabten Postwertzeichen behalten diesen Charakter für immer bei und zwar auch dann noch, wenn sie außer Kurs gesetzt worden sind. Bleiben nämlich bei der Außerkurssetzung eines Postwertzeichens noch unverbrauchte Vorräte — sogenannte Restbestände — zurück, so sind dieselben nach wie vor echte, wirkliche, wenn auch außer Kurs gekommene Postwertzeichen. Werden dagegen nach der Außerkurssetzung eines Postwertzeichens wieder Exemplare desselben angefertigt, so sind die letzteren eben so wenig wirkliche Postwertzeichen, wie die Fälschungen und Nachahmungen.

Dem Gesagten zufolge giebt es also den Postwertzeichen verwandte Vor- und Nachgebilde, welche jedoch keine Postwertzeichen sind, und von diesen soll in diesem Abschnitte gesprochen werden.

Wir beginnen mit den Vorgebilden.

Vorschläge — Essais — Druckproben.

Die Markenmuster, welche von Zeichnern, Graveuren u. dergl. der Postverwaltung zur Wahl vorgelegt werden, heißen Vorschläge. Sie bestehen häufig nur aus Zeichnungen mit der Bleifeder oder mit Tusche, doch wurden mitunter auch photographische Übertragungen und selbst fertige Marken vorgelegt.

Die Postverwaltung läßt nun von einzelnen dieser Vorschläge Probedrucke anfertigen, um wirkliche Markenbilder vor sich zu haben und die Auswahl leichter treffen zu können. Diese Probedrucke, welche man mit dem allgemein dafür angenommenen Ausdrucke als „Essais“ oder Versuchs-

marken bezeichnet, werden in mehrfachen Varietäten hergestellt. Man läßt sie in verschiedenen Farben, auf gewöhnlichem und auf Karton- oder auch auf sogenanntem Porzellanpapier, gezähnt und ungezähnt in den verschiedensten Werten, mit und ohne Wasserzeichen ꝛc. herstellen, um so ihre Tauglichkeit nach allen Richtungen prüfen zu können. Schließlich entscheidet man sich für ein Muster, welches hierdurch zum Postwertzeichen wird, während alle anderen Probemarken Essais bleiben.

Aber auch vom gewählten Muster werden nur bestimmte Werte in bestimmten Farben thatsächlich eingeführt und verausgabt.

Abzüge vom gewählten Muster in anderen als den offiziellen Farben, Werten und Papiersorten, oder in einer andern als der offiziellen Farbenstellung werden Druckproben genannt.

Die Zahl der Essais einer Postwertzeichenserie ist mitunter eine sehr große und braucht diesfalls nur darauf verwiesen zu werden, daß, wie Oscar Berger-Levrault in seinem für die damalige Zeit bewunderungswürdigen Handbuche, betitelt „Beschreibung der bis jetzt bekannten Briefmarken ꝛc.", Straßburg 1864, anführt, in England, als es sich um die erste Einführung von Briefmarken handelte, mehr als 20 000 Vorschläge von Briefmarken und Briefumschlägen eingegangen sind.

Die ältesten bekannten Essais sind die drei Couvertessais von England vom Jahre 1837 und jene von Bayern 1849 auf Porzellanpapier.

Erwähnt sei noch, daß in den Vereinigten Staaten von Nordamerika Essais auf Goldschlägerhäutchen hergestellt wurden.

Was die Nachgebilde der Postwertzeichen betrifft, so giebt es auch hier, wie bei den Vorgebilden, eine Trias, nämlich Neudrucke, Facsimiles und Fälschungen.

Neudrucke.

Wird ein Postwertzeichen außer Kurs gesetzt, so hört dessen weitere Herstellung von Staatswegen naturgemäß auf und die betreffenden Stempel, beziehungsweise Platten, werden entweder vernichtet, oder wandern in die Rüstkammern der Staatsdruckereien, um, wie man meinen sollte, nie wieder ans Tageslicht zu kommen. Dem ist jedoch leider nicht so. Seitdem die Postwertzeichen das Objekt einer so weit verbreiteten Sammellust geworden sind, gelangten diese alten Stempel und Platten, insoweit sie noch vorhanden waren, nicht selten zu neuen Ehren. Die Sammler oder eigentlich richtiger die Postwertzeichenhändler, getrieben von Gewinnsucht, stöberten die alten Platten auf und ruhten nicht eher, als bis sich die Postverwaltungen gegen Geld und gute Worte entschlossen, die Veranstaltung von Abzügen von denselben zu gestatten. Dies geschah in zweierlei Weise. Entweder waren es die Postverwaltungen selbst, welche die Neudrucke veranstalteten und den Händlern behufs Abgabe an die Sammler lieferten, oder sie verkauften oder überließen den Händlern die Platten selbst, und damit zugleich die Berechtigung, davon nach Bedarf Abzüge herzustellen. Derlei Abzüge von endgültig außer Kurs gesetzten Postwertzeichen von ursprünglichen Original-Platten nennt man Neudrucke.

Beide eben erwähnten Neudrucke, der offizielle wie der private, haben ihre Vorzüge, aber auch ihre Nachteile. Der offizielle Neudruck hat den Vorzug, daß die Anzahl der Abzüge eine doch einigermaßen beschränkte ist, und daß man bei Herstellung derselben Spielereien, Abarten, Varietäten ꝛc., welche dem offiziellen Muster nicht entsprechen, nicht gestattete, sie haben jedoch den Nachteil, daß sich die Postverwaltungen nicht die Mühe gaben, die Abzüge nach Papier, Farbe, Zähnung ꝛc. dem Altdrucke, das ist den ursprünglichen Abzügen, getreu nachzubilden. Der private Neudruck hat dagegen den Vorteil, daß die Händler in ihrem

eigenen wohlverstandenen Interesse bemüht waren, die Neudrucke soviel als möglich dem Altdrucke getreu nachzubilden, dafür aber den Nachteil, daß die Presse ohne Aufhören fortarbeitete, wodurch sich die Platten derart abnutzten, daß sich die Neudrucke von dem Altdrucke wesentlich unterschieden und daß Spielereien, als Fehldrucke, Varietäten, Kuriositäten u. s. w., geschaffen wurden, welche als Altdruck nie existiert hatten.

Die abgenutzten Platten wurden nicht selten repariert, und die weiteren Neudrucke lieferten dann ein Bild, welches dem Altdrucke nicht mehr entsprach.

Allerdings giebt es auch Fälle, in denen eine Staatsverwaltung Abzüge von den alten Platten nicht für den Sammler, sondern zu eigenen Zwecken, z. B. um sie auszustellen, oder um sie befreundeten Regierungen zu überlassen, herstellen ließ, allein solche Fälle sind sehr selten und derlei Abzüge gelangen, abgesehen davon, daß ihre Stückzahl eine sehr geringe ist, nicht an das Publikum.

Ganz vereinzelt ist der Vorgang Frankreichs, wo die Regierung alle Ausgaben von 1849—1861, nachdem sie außer Kurs gesetzt waren, neudrucken ließ und deren Verwendung zur Frankatur gestattete. Allerdings unterscheiden sich dieselben vom Altdrucke in der Farbe und Gummierung sowie dadurch, daß sie ungezähnt verausgabt wurden, was Verwechslungen mit den Marken der französischen Kolonien zur Folge hatte, die auch — entgegen jenen des Mutterlandes — ungezähnt waren. Diese Marken sind aber keine Neudrucke in unserem Sinne, sondern wirkliche Postwertzeichen, indem sie durch ihre neuerliche Autorisierung als Frankaturmittel so gut wie jede andere Markenausgabe zu offiziellen Postwertzeichen wurden, zumal es ja jeder Postverwaltung freistehen muß, auf ein früheres Muster zurückzugreifen.

Mit gleichem Rechte könnte man jede durch Aufbrauch der einmal hergestellten Marken notwendig gewordene Neuauflage einer Marke oder Markenserie als Neudruck

bezeichnen, was gewiß unzutreffend wäre, wenn auch die Neuauflage kleine Unterschiede aufweist.

Etwas ähnliches finden wir in den Vereinigten Staaten von Nordamerika, wo die Neudrucke der Emissionen von 1861 u. ff. gleichfalls zur Frankatur verwendet werden durften.

Einige Länder, wie Südaustralien und Victoria, versahen die Neudrucke mit dem Aufdrucke „Reprint“ oder „Specimen“, um sie als solche zu kennzeichnen. Das Neudrucken von Postwertzeichen beschränkte sich nicht auf die aufklebbaren Marken, sondern erstreckte sich auch auf einige Ganzsachen, nämlich auf Briefumschläge und Postkarten (Österreich-Ungarn).

Die Neudrucke sind dazu bestimmt, Originale zu vertreten und haben natürlich einen weit geringern Wert als die letzteren. Es ist deshalb für den Sammler sehr wichtig, die Neudrucke von den Originalen zu unterscheiden. Es erfordert eine genaue Kenntnis der Originale und große Übung. Regeln lassen sich schwer aufstellen, doch sollen einige Unterscheidungsmerkmale, die in den meisten Fällen zutreffen werden, hier aufgeführt werden.

Vor allem macht sich ein Unterschied in der Farbe bemerkbar, denn die meisten Neudrucke sind in viel lebhafteren und frischeren Farben gedruckt oder es erscheinen doch ihre Farben viel lebhafter, weil die Altdrucke schon gewissermaßen verblaßt sind. Ein nicht minder auffälliger Unterschied zeigt sich im Papier. Die Altdrucke sind in der Regel auf dickerem, dunklerem, vielfach ins Gelbliche spielendem Papier gedruckt, während bei den Neudrucken ein der neuern Fabrikation entspringenes moderneres, meist dünneres und lichteres, dem Bläulichen zuneigendes Papier verwendet worden ist. Wo der Altdruck ein Wasserzeichen aufweist, da ist das Erkennen des Neudruckes leicht, da das letztere beim Neudrucke in der Regel fehlt. Doch kommt auch der umgekehrte Fall vor, wie bei den ersten zwei Neudrucken der Briefumschläge von Österreich, welche das Wasserzeichen

„Briefcouverts" führen, während die Originale kein Wasserzeichen aufweisen. Ein weiteres Erkennungsmerkmal ist die Art der Zeichnung, jedoch selbstverständlich nur dort, wo auch der Altdruck gezähnt war (wie bei Österreich), und die Gummierung. Bei Ganzsachen der Schnitt, der Klappenstempel, ebenfalls die Gummierung u. s. w.

Was die Geschichte der Neudrucke anbelangt, so stand ihre Wiege in Deutschland, denn der erste bekannte Neudruck ist jener der Stadtpostbriefumschläge von Hannover 1849 (bestellgeldfrei), welcher um das Jahr 1860 herum angefertigt wurde.

Diesen ältesten Neudrucken reihen sich jene der Briefumschläge der Vereinigten Staaten von Nordamerika, welche im Jahre 1861 und zwar unter Benutzung des Originalpapieres hergestellt wurden, an.

Es folgen schon 1862 Frankreich, 1863 Hannover (Marken und die Briefumschläge mit dem Porträt des Königs), 1864 Baden (Couverte), Finnland, Württemberg, Portugal, Preußen, Großbritannien, wo die Marke zu 1 Penny schwarz für die Sammlungen der königlichen Prinzen neugedruckt wurde, 1865 Britisch Guyana, Neu-Caledonien, Österreich, 1866 Argentinische Republik, Belgien, Natal, Reunion, Toscana, 1867 Bergedorf, Oldenburg u. s. w.

Nicht zu verwechseln mit den Neudrucken sind jene Abzüge, welche von nachgemachten Platten herrühren und die man Nachdrucke nennt. Das sind ganz einfach Nachahmungen oder Fälschungen, von denen weiter unten ausführlich gesprochen werden wird, mag der Nachdruck auch, wie es bei den Marken von Elsaß-Lothringen mit verkehrtem Netzwerke der Fall ist, in der Reichsdruckerei selbst, also amtlich hergestellt worden sein.

Bei Postwertzeichen, welche wiederholt in mehr oder minder langen Zeitabschnitten neugedruckt wurden, wie z. B. bei den Marken und Couverten Österreichs und der Lom-

bardei, unterscheidet sich jeder spätere Neudruck von den früheren schon deshalb, weil die Originalplatten immer mehr abgenutzt wurden und die Abdrucke verwischter sind und man spricht daher von einem Neudrucke I, II, III, IV u. s. w.

Facsimiles.

Die große Verbreitung, welche das Sammeln von Postwertzeichen gefunden hat, mußte den nationalökonomischen Lehrsätzen über das Verhältnis von Nachfrage und Angebot entsprechend den Preis seltener Postwertzeichen steigern und dies um so mehr, als sich immer mehr auch wohlhabendere Personen dem Sammeln zuwendeten, welche sowohl in der Lage als auch geneigt waren für Seltenheiten hohe Preise zu bewilligen. So giebt es denn heute eine Reihe von Postwertzeichen, welche nicht nur dem minder Bemittelten, sondern selbst dem bemittelten Sammler unerreichbar sind. Wo Neudrucke existieren, können dieselben als Vertreter der Originale herangezogen werden, obschon es deren welche giebt — wie beispielsweise die Neudrucke der Marke 1 Penny schwarz von England —, die 100 und mehr Mark kosten, wo es aber keine Neudrucke giebt, da müßte das betreffende Feld im Album stets leer bleiben.

Um diese Lücken mit einem Surrogat auszufüllen, wurden Imitationen seltener Postwertzeichen, in, dem Originale möglichst getreuer Ausführung, angefertigt, mit dem Aufdrucke „Falsch" oder „Facsimile" versehen und um einen niederen Preis an Sammler verkauft oder sogar als Gratisbeilagen den Briefmarkenzeitungen beigeschlossen. Diese Imitationen nennt man „Facsimiles".

Facsimiles sind sonach Nachahmungen von selteneren Postwertzeichen, welche einen die Nachahmung kennzeichnenden Vermerk an sich tragen. Sie unterscheiden sich eben durch diesen Vermerk von den eigentlichen Fälschungen, von denen sogleich die Rede sein soll.

Über die Frage, ob es zulässig erscheint, „Facsimiles“ herzustellen und zu sammeln, hat sich unter den Sammlern und Händlern ein heftiger Streit entsponnen, indem beide Parteien für ihre Ansichten beachtenswerte Gründe ins Feld führten.

Fälschungen.

Wer aus Gewinnsucht, um Jemanden zu täuschen, erdichtete Postwertzeichen anfertigt oder echte nachmacht oder absichtlich verändert, ist ein Fälscher und seine Produkte sind Fälschungen. Fälscher und Fälschungen giebt es so lange es Postwertzeichen giebt. Bevor man dieselben zu sammeln begann, galt es die Post zu hintergehen, seither handelt es sich um die Übervorteilung der Sammler. Die Nachahmungen und Fälschungen der ersten Art sind verschwindend gegen jene der zweiten Art.

Um das Postgefälle zu schädigen, wurden selbstverständlich nur die kursierenden Marken gefälscht, bei den Fälschungen zum Nachteile der Sammler handelt es sich fast ausschließlich nur um außer Kurs gesetzte Emissionen. Im ersteren Falle bedurfte es keiner besonderen Kunstfertigkeit. Es genügte ein halbwegs ähnliches Markenbild, um einen Brief am Abende durch die Post zu schmuggeln, und es giebt postalische Fälschungen, die die lächerlichsten Druckfehler tragen (Sardinien), so daß es geradezu unbegreiflich scheint, wie dieselben die Post haben passieren können. Bei den Fälschungen, durch welche die Sammler getäuscht werden sollen, wird mitunter das höchste Raffinement, werden alle Errungenschaften der graphischen Künste angewendet. Das Fälschungsunwesen hat, begünstigt durch die hohen Preise, welche für seltene Postwertzeichen gefordert und gezahlt werden, und durch den Mangel an Originalen eine so hohe Stufe der Vollendung erreicht, daß es das gesamte Sammelwesen bedroht, und daß es keinen noch so erfahrenen Sammler

giebt, der nicht schon das Opfer einer oder der andern Täuschung geworden wäre. Es muß daher als der Schwerpunkt eines Lehrbuches der Briefmarkenkunde und als eine von dessen Hauptaufgaben betrachtet werden, die Sammler mit den Erzeugnissen dieser lichtscheuen Industrie bekannt zu machen und ihnen die Mittel und Wege an die Hand zu geben, sich vor denselben zu schützen.

Hierbei können die Fälschungen zu Postzwecken, als für den Sammler fast ohne Belang, außer Betracht bleiben, und wenden wir uns daher sogleich den philatelistischen Fälschungen zu.

Dieselben weisen eine große Vielfältigkeit auf und lassen sich zunächst in drei große Hauptgruppen einteilen, nämlich: A in solche, bei denen das ganze Postwertzeichen, B solche, bei denen nur Teile desselben gefälscht sind, C Fälschungen des Entwertungsstempels. Zur Gruppe A gehören:

1. Die sogenannten Fantasie- oder Spekulationsmarken.

Darunter versteht man Marken, die in der Wirklichkeit niemals existiert haben, sondern lediglich zur Irreführung der Sammler erfunden wurden. Entweder sind es Marken von Ländern, die nie Marken verausgabt, oder es sind Marken von Ländern, die zwar Postwertzeichen eingeführt, jedoch niemals Marken von dieser Gattung emittiert haben. Zu den ersteren gehören beispielsweise die Marken von Alexandria, Acapulco, der Pariser Stadtpost, von Van-Demonsland, von Jerusalem, von Grönland, die Jersey-Marken, die Pomare-Marken, die Marken von Magdalena, von Andorra, von Rio de Oro, von Gambiers, von Sedang ꝛc.

Zu den letzteren sind zu zählen die Marken von Salvador mit Wertziffer in der Mitte, die roten Porte de Mar-Marken von Mexiko, die Marken von Straits-Settlements zur Absendung von Postsachen durch die Torresstraße,

die provisorischen Marken von Bulgarien mit russischen Inschriften, die Marken von Kanada mit dem Aufdrucke „Oficial“ oder „Service“, die Couverte von Afghanistan, die Marke von Trinidad 1 Pfund grün, die türkischen Departementmarken, die lithographisch hergestellte Marke von Ostindien zu 1 Rupee, die österreichischen Levantepostmarken zu 5, 10, 20 und 50 Soldi mit Aufdruck des türkischen Wertes, die Marken von Paraguay zu 5 und 10 Pesos u. s. w.

Alle diese Marken sind niemals ausgegeben worden und daher reine Schwindelprodukte.

Damit dürfen jedoch jene Postwertzeichen nicht in einen Topf geworfen werden, welche zur Ausgabe bestimmt, und deren Ausgabe mitunter sogar schon amtlich bekanntgegeben war, die jedoch aus was immer für Gründen nicht in Kurs gekommen sind. Auch hiervon giebt es eine ansehnliche Anzahl; es sollen nur die bekanntesten hier aufgeführt werden, als: die Marken der Lombardei und Venedigs v. J. 1861 zu 2, 3 und 15 Soldi (während die anderen Werte dieser Serie zu 5 und 10 Soldi zur Ausgabe gelangten), die Marke von Braunschweig 1866 $^4/_4$ gute Groschen braun auf weiß, von Neu-Foundland 1862 8 Pence kirschrot, die Marken von Mauritius 1854 mit der sitzenden Britannia ohne Wertangabe rotbraun und blau, von Italien 1862 mit dem savoyischen Wappen 15 Cent. grün, die Zeitungsmarke von Modena 1853 9 Centes. violett ohne die Buchstaben „B G“, die Stadtpostmarke von Madrid mit dem Bären 1854 2 Cuartos golden (die anderen Werte zu 1 und 3 Cuartos erhielten Kurs), die Postkarte Spaniens mit dem Bilde Alfons' XII. in roter Farbe u. a.

Diese Marken können als Fälschungen nicht angesehen werden, wenngleich sie keine wirklichen Postwertzeichen sind, und daher nur einen untergeordneten Sammelwert haben.

Zu den Spekulationsmarken gehören auch eine Reihe von Aufdrucksmarken, die nie amtlich in Verkehr gesetzt worden sind, doch würde eine Aufführung derselben den Rahmen dieses Lehrbuches, welches nur im allgemeinen auf diese Erscheinungen aufmerksam machen soll, weit überschreiten.

Zur Gruppe A gehören ferner:

2. Die Nachahmungen wirklich verausgabter Postwertzeichen.

In diese Kategorie dürfte die große Mehrzahl aller Fälschungen gehören. Dies erklärt sich dadurch, daß nicht etwa nur Seltenheiten nachgemacht wurden, sondern daß von diesem Schicksale auch die gewöhnlicheren Marken betroffen wurden. Besonders in den ersten Zeiten des Briefmarkensammelns kursierten massenhafte Fälschungen der allerlandläufigsten Marken. So gab es Anfang der 1860er Jahre kaum eine Sammlung, in der sich nicht Falsifikate der damals noch ganz gewöhnlichen Marken von Baden, Hamburg, Oldenburg, Toscana, Kirchenstaat, Spanien, Württemberg ꝛc. befanden. Einerseits bestand das Gros der Sammler aus jungen Leuten, die zu einer eindringenden kritischen Prüfung nicht fähig waren, und anderseits kannte man die Marken noch zu wenig, um das Fasifikat vom Original zu unterscheiden. Beide Umstände begünstigten das Fälschungshandwerk.

Dazu kam noch, daß es weder Prüfungsstellen noch Vereine gab, bei denen sich der Sammler im Zweifel Rats erholen konnte, und daß die Marken in der Regel von Kommissionären (in Papiergeschäften, Tabaksläden ꝛc.) verkauft wurden, welche keine Ahnung davon hatten, daß sie Falsifikate vertrieben. Ja, vielfach war man noch gar nicht auf den Gedanken verfallen, daß alte, außer Kurs gesetzte, gebrauchte Marken (denn dieselben wurden zumeist entwertet verkauft) nachgemacht werden könnten. Später nahm das Nachmachen gewöhnlicher Marken immer mehr ab und heute

werden zumeist wohl nur bessere Marken gefälscht. Dabei beschränken sich jedoch die Fälscher nicht auf die Nachahmung von in technischer Richtung primitiven Marken, sondern sie wagen sich an die kunstvollsten Stahlstiche heran und fertigen Markenbilder, die es mit den Originalen in jeder Beziehung aufnehmen und nur mit Zuhilfenahme der Lupe als Makulatur erkannt werden können.

Um vertrauenswürdiger zu erscheinen, werden sie dann noch mit einem, selbstverständlich ebenfalls gefälschten, Entwertungsstempel versehen und so als anscheinend gebrauchte Originale an den Mann gebracht.

Diese Art der Fälschung beschränkt sich nicht auf die aufklebbaren Briefmarken, sondern erstreckt sich auch auf Ganzsachen, wie Briefumschläge (Mauritius 1 Schilling, Preußen: Octogone, Mulready-Couverte, alte Sardinier, Thurn und Taxis mit lila Überdruck), Postkarten (Japan) ꝛc., allerdings zumeist in beschnittenem Zustande (sogenannte Ausschnitte).

Gruppe B umfaßt:

3. Fälschungen, bei denen nur die Farbe der Marke oder des Papieres gefälscht, alles andere aber echt ist.

Die Farbe ist eines der charakteristischesten Merkmale einer Briefmarke. Wird einem Sammler, der gewohnt ist eine Marke in einer bestimmten Farbe zu sehen, dieselbe Marke in einer wesentlich verschiedenen Farbe vorgestellt, so verliert er häufig jede Orientierung und erkennt dieselbe gar nicht, ein Beweis, wie die Farbe mit der Vorstellung, die der Sammler von einer bestimmten Marke hat, innig verknüpft ist.

In der ersten Zeit des Briefmarkensammelns, wo man die Marken, die ein Land verausgabt hatte, noch nicht erschöpfend kannte, fanden Marken mit veränderter Farbe hohe Schätzung, weil man sie zumeist für Fehldrucke und daher für Seltenheiten hielt. Thatsächlich giebt es auch

solche Farbenfehldrucke, anderseits giebt es aber auch Marken, die absichtlich zuerst in einer und später in einer andern Farbe offiziell ausgegeben worden sind. Dies diente dazu, derlei Farbenveränderungen einen gewissen Reiz zu verleihen. Heute weiß man jedoch, daß die meisten solchen Farbenveränderungen ganz einfach Fasifikate sind und daß die Fälschung auf chemischem Wege hergestellt wird. Die Marken werden entweder mittels Buchdruckerschwärze auf farbigem Papier, oder in Farbendruck auf weißem Papier hergestellt. Die chemische Einwirkung bestand im ersten Falle darin, daß die Farbe des Papieres, im zweiten Falle, daß die Farbe der Marke verändert wurde. Jetzt, wo man genau weiß, in welchen Werten und Farben und in welcher Farbenstellung jedes Land Marken ausgegeben hat, beschränkt sich die chemische Fälschung allerdings zumeist darauf, durch derlei Farbenveränderungen die seltenen Farbenfehldrucke wie Frankreich 1 Franc orange, Spanien 2 Cuartos rosa, Sachsen $^1/_2$ Groschen blau u. s. w. herzustellen, weshalb um so größere Vorsicht geboten ist.

Besonders einfach ist die Sache bei jenen Marken, die in schwarzem Drucke auf farbigem Papier hergestellt sind, weil sich die Farbe des Papieres beliebig verändern läßt. So läßt sich die Marke von Baden 1851 1 Kr. chamois leicht aus der gleichen Marke 1853 1 Kr. weiß, die Marke von Hannover 1850 1 guter Groschen blau aus der Marke 1851 1 guter Groschen grün ꝛc. herstellen.

Etswas schwieriger gestaltet sich allerdings die Farbenveränderung bei jenen Marken, die in Farbendruck auf weißem Papier hergestellt sind, doch auch hier giebt es Farbenveränderungen, die auf chemischem Wege leicht herstellbar sind. Zu diesen gehören vor allem Blau in Schwarz, Grün in Blau, Rot oder Orange in Braun. Dieser Farbenumwandlung verdankt eine Reihe von Falsifikaten ihr Dasein wie: Brasilien 1878 100 Reis blau statt grün, Kapland 1853 4 Pence schwarz statt blau, Frankreich 1853 40 Cent. braun statt orange, Großbritannien 1840 2 Pence

schwarz statt blau, Nicaragua 1870 25 Cent. blau statt grün, Norddeutscher Postbezirk 1868 $^1/_2$ Groschen braun statt orange, Österreich 1850 3 Kr. braun statt rot, Victoria 1856 Königin auf dem Throne 6 Pence schwarz statt blau, Westaustralien 1854 4 Pence schwarz statt blau ꝛc.

Aber auch andere Farbenveränderungen giebt es, die nur einem chemischen Prozesse ihr Dasein verdanken, wie: blau statt gelb (Bayern 1862 1 Kr.), hellbraun statt blau (Belgien 1863 20 Cent.), rosa statt violett (Hamburg 1866 $1^1/_4$ Schilling), olivenbraun statt violett (Kirchenstaat I. Emission $^1/_2$ Bajocchо), rosa statt lila (Österreich Zeitungsmarke 1867 Merkurkopf), gelb statt grün (Österreichische Levantepost 1861 3 Soldi), grün oder blau statt lila (Sachsen 1863 5 Groschen), rosa statt hellgrau (Sachsen 1851 $^1/_2$ Ngr.) u. s. w.

Daraus möge entnommen werden, wie reichhaltig das chemische Laboratorium der Markenfälscher an Reagentien ist.

Aber auch das weiße Papier der Marken wird chemisch verfärbt. Es giebt nämlich mehrere Länder, bei denen die gleichen Marken sowohl auf weißem, als auch — jedoch viel seltener — auf bläulichem Papier vorkommen. Es wird nun das Papier der Marke blau verfärbt, um so die seltenere Varietät auf bläulichem Papier herzustellen, wie z. B. Chile 1853 10 Cent. blau auf bläulich statt auf weiß, Neu-Seeland 1855 1 Penny, 2 Pence und 1 Shilling grün auf bläulichem statt auf weißem Papier u. m. a.

Dort jedoch, wo die seltenere Farbe nur durch eine Mischung von Grundfarben geschaffen werden könnte, steht in der Regel selbst der Chemiker vor einem: „Bis hieher und nicht weiter".

Man würde jedoch weit fehl gehen, wollte man jede chemische Farbenveränderung für eine absichtliche Fälschung halten, denn chemische Veränderungen entstehen auch ohne menschliches Zuthun auf natürlichem Wege durch Einwirkung der Feuchtigkeit, des Sonnenlichtes, des Klebestoffes, des Entwertungsmittels ꝛc., und so manche seltene Farbennuance

verdankt einem solchen unbeabsichtigten chemischen Prozesse ihr Dasein.

Besonders empfindlich ist in dieser Richtung das Violett und Lila, und ich brauche nur auf die österr. Zeitungsmarke 1867 Merkur lila zu verweisen, welche Ferdinand Meyer das Chamäleon unter den Briefmarken genannt hat, deren Farbe durch Einwirkung von Licht und Feuchtigkeit in unzählige Nuancen, ja selbst in blau und rosa verändert werden kann.

4. Fälschungen, bei denen nur die Umrandung der Marke falsch ist.

In Bezug auf die Umrandung der Marke können zweierlei Fälschungen vorkommen. Entweder wird gezähnten oder durchstochenen Marken das Aussehen von ungezähnten verliehen, oder es werden ungezähnte Marken in gezähnte oder durchstochene verwandelt. Da es von einer Reihe von Marken zweierlei, ja mitunter, wie z. B. bei Bremen, sogar dreierlei Ausgaben giebt, nämlich ungezähnte, durchstochene und gezähnte Marken, und dieselben in ihrem Sammelwerte verschieden sind, so ist es selbstverständlich, daß die Fälscher stets aus der minder seltenen Ausgabe die seltenere herstellen. Handelt es sich darum, einer gezähnten oder durchstochenen Marke das Aussehen einer ungezähnten zu verleihen, so wird der Durchstich oder die Zähnung entfernt, im umgekehrten Falle aber die ungezähnte Marke mit Durchstich oder Zähnung versehen. Bei den Marken von Queensland z. B. ist die I., ungezähnte Emission sehr selten, bei den Marken von Brasilien mit schräger Wertziffer ist dagegen die gezähnte Emission die seltenere. Bei den Marken von Braunschweig giebt es eine besondere Art des Durchstiches, die sehr selten ist u. s. w.

Zur Umwandlung gezähnter oder durchstochener Marken in ungezähnte werden häufig sogenannte Rand- oder Eckmarken gewählt, das sind Marken, welche im Markenbogen

am Rande oder in einer der Ecken postiert sind, weil bei solchen Marken mindestens eine und bei Eckmarken sogar zwei Seiten mit einem breiteren Rande versehen sind und daher nach Entfernung des Durchstiches oder der Zähnung wegen des ausnehmend breiten ungezähnten Randes den Eindruck wirklich ungezähnter Marken machen.

Soll Durchstich oder Zähnung bei einer ungezähnten Marke hergestellt werden, dann werden gewöhnlich Marken dazu ausgesucht, die auf allen vier Seiten einen möglichst gleichmäßigen Rand haben, damit nicht auf einer oder der andern Seite der anzulegende Durchstich oder die Zähnung zu tief in die eigentliche Zeichnung der Marke gerät und dadurch Verdacht erweckt.

Mitunter werden auch Marken, die niemals offiziell mit Durchstich oder Zähnung emittiert worden sind, gezähnt angetroffen und umgekehrt, ohne daß es auf Täuschung der Sammler berechnete Fälschungen sind. Kaufleute, Zeitungsunternehmer und andere Geschäftsleute, welche eine ausgebreitete Korrespondenz führen und große Mengen von Briefmarken verwenden, lassen nämlich mitunter, um das Abtrennen mittels der Schere zu vermeiden, die Briefmarken perforieren. In diesem Falle spricht man von einer privaten Zähnung, jedoch nicht von Fälschungen. Anderseits gelangen zuweilen Marken einer nur gezähnt verausgabten Markenserie ungezähnt in den Besitz von Privatpersonen, welche dieselben dann an Sammler absetzen. Dem kann entweder ein Versehen oder eine Gefälligkeit eines mit der Fabrikation oder Zähnung der Marken betrauten Beamten zu Grunde liegen. Auch derlei Marken (wie z. B. von Dänemark, Niederlande, Helgoland, Cuba, Portorico ꝛc.) können nicht als Fälschungen bezeichnet werden. Endlich giebt es Postverwaltungen, welche bei Abgabe außer Kurs gesetzter Marken an Sammler dieselben mit verschiedenen Zähnungen (groß, klein), wie sie der Käufer eben wünscht, versehen. Auch hier kann von einer Fälschung nicht gesprochen werden. Es sind dies eben offizielle Marken, die jedoch in

dieser Form niemals zur Verwendung gelangt sind. Diesen Charakter verlieren solche Marken selbst dann nicht, wenn es auch einzelnen Personen gelingt, einige derselben durch die Post zu bringen. Nur die Verausgabung einer Marke durch die Postbehörde macht sie zum Postwertzeichen, nicht der Umstand, daß sie anstandslos die Post passiert hat, da sonst jede Spielerei oder Fälschung, welche im Postverkehre durchgeschmuggelt wurde, als Postwertzeichen angesehen werden müßte.

5. Fälschungen, bei denen nur einzelne Teile der Zeichnung oder der Aufdruck gefälscht sind.

Fälschungen dieser Art kamen, so lange es keine Aufdruckmarken gab, nur sehr vereinzelt vor. Sie beschränkten sich zumeist darauf, daß die Wertziffer, wie bei Brasilien I. Emission, wo man die Marke zu 60 Reis in die viel seltenere zu 90 Reis verwandelte, verändert wurde. Nur ausnahmsweise kamen andere Formen vor, so z. B. bei Sardinien, wo man den Reliefkopf des Königs ausschnitt und verkehrt einsetzte, um so die seltenen Fehldrucke herzustellen, oder bei den Rayonmarken der Schweiz, wo entweder die bestehende Einfassung des Kreuzes durch Ausradieren entfernt oder dort, wo sie nicht bestand, durch Fälschung hergestellt wurde, jenachdem die Marke mit oder ohne Kreuzeinfassung die seltenere war.

Erst seitdem das Aufdruckswesen sich verallgemeinerte, gelangte die vorstehende Art von Fälschungen zur Blüte. Die Aufdrucke wurden mit Rücksicht auf ihren ursprünglich beabsichtigten provisorischen Charakter in der Regel sehr primitiv, vielfach nur mittels Handstempels, hergestellt und boten daher dem Fälscher ein reiches und nicht sehr schwieriges Feld der Thätigkeit.

Weil die Aufdrucke wegen ihrer primitiven Herstellung viele Abweichungen in Rücksicht auf Größe, Farbe, Stellung u. s. w. aufweisen, wurden derlei Abweichungen (es bedarf

diesfalls nur einer Verweisung auf Griqualand) ganz nach Willkür hergestellt und als Fehldrucke teuer an den Mann gebracht, was um so leichter mit Erfolg geschehen konnte, als sich ja gar nicht feststellen ließ, was für Abweichungen amtlich verausgabt worden sind.

Von Marken, bei denen der Aufdruck aus der neuen Wertbezeichnung bestand, wurden zumeist gebrauchte Exemplare gefälscht, weil in den weitaus meisten Fällen die Marken durch den Aufdruck in niedrere Postwerte umgewandelt wurden, und die Fälscher, wenn sie sich zur Fälschung ungebrauchter Exemplare bedient hätten, am Postwerte eine zu große Einbuße erlitten haben würden. Handelte es sich hingegen um Marken, bei denen der Aufdruck nicht in der neuen Wertangabe, sondern aus anderen Angaben, wie „Official", „Service" oder „Postage", womit Stempelmarken in Briefmarken verwandelt wurden, wie bei Natal, Grenada ꝛc., bestand, so bedienten sich die Fälscher zumeist ungebrauchter Exemplare, da sie hierbei am Postwerte nichts verloren und überdies der Gefahr entgingen, daß der Entwertungsstempel zum Verräter würde.

Bemerkt sei, daß in diese Klasse auch jene Fälschungen von Ausschnitten der Briefumschläge einzureihen sind, bei denen der Überdruck gefälscht wurde, wie z. B. aus dem minder seltenen Couverte von Sachsen 1859 Überdruck links die Seltenheit von 1862 Überdruck rechts, oder aus den Briefumschlägen von Lübeck 1864 $^1/_2$ Schilling grün und 4 Schilling braun Überdruck rechts die Seltenheit 1863 Überdruck links, herzustellen.

In Bezug auf die Menge der Fälschungen kommen die Aufdrucksfälschungen jenen der Gruppe A 2 am nächsten, denn es giebt nur wenige Marken oder Postwertzeichen mit Aufdruck, die nicht gefälscht worden wären.

Was endlich die Gruppe C anbelangt, so umfaßt dieselbe folgende Fälschungen:

6. Falsche Entwertungsstempel auf falschen Marken.

Die Markenfalsifikate, bei denen die Marke vollständig gefälscht ist, werden von den Fälschern in der Regel gebraucht auf den Markt gebracht und zwar aus zwei Gründen, nämlich, weil durch den Entwertungsstempel gewisse Stellen der Markenzeichnung, die nicht gelungen sind und leicht zum Verräter werden könnten, verdeckt werden, und weil unerfahrene Sammler gebrauchte Marken für vertrauenswürdiger halten. Endlich ist die Anzahl der Sammler, die die Postwertzeichen gebraucht sammeln, viel größer als die Anzahl derjenigen, welche hauptsächlich auf ungebrauchte Exemplare reflektieren.

Daß es auch falsche Marken giebt, welche echte Entwertungsstempel aufweisen, wurde bereits gesagt. Es sind dies die Fälschungen kursierender Marken, um dieselben zur Frankatur zu verwenden, indem dieselben, insofern sie nicht von den Postbeamten entdeckt wurden, durch den amtlichen Entwertungsstempel entwertet worden sind. Hie und da gelingt es den Fälschern auch, sich auf falschen Marken eine echte Gefälligkeitsabstempelung zu verschaffen.

Noch sei bemerkt, daß auch Neudrucke mit gefälschten Entwertungsstempeln versehen wurden, um ihnen den Anschein von Altdrucken zu verleihen und sie für Originale gelten zu lassen.

7. Falsche Entwertungsstempel auf echten Marken.

Das ist ein Beginnen, welches auf den ersten Anblick ganz unerklärlich erscheint, doch aber seine guten Gründe hat. Es giebt Marken kleiner Postgebiete, insbesondere aus älterer, vielleicht aus einer Zeit, wo man das Briefmarkensammeln noch gar nicht kannte, von denen gebrauchte Exemplare, welche thatsächlich die Post passiert haben, schwer oder gar nicht aufzutreiben sind. Wohl aber giebt es große Restbestände derselben, welche zwar goldecht, aber sämtlich ungebraucht sind.

In diesem Falle steigen gebrauchte Exemplare ganz enorm im Preise, während die ungebrauchten Stücke verhältnismäßig billig zu haben sind. Da springen denn die Fälscher ein, indem sie die ungebrauchten Marken mit einem Entwertungsstempel versehen und dieselben auf diese Weise in gebrauchte verwandeln.

Einen weiten und einträglichen Spielraum bietet dem Fälscher auch das in neuerer Zeit sehr in Schwung gekommene Sammeln von gewissen Marken nach Entwertungsstempeln. Davon werden insbesondere die sogenannten altdeutschen Marken betroffen. Die Fälscher müssen sich hierbei selbstverständlich ungebrauchter Marken bedienen, was ihnen nicht schwer fällt, da die großen Restbestände z. B. von Thurn und Taxis, Lübeck u. s. w. ein reichliches Material liefern.

Besonders zahlreich kursieren falsche Abstempelungen von Baden Landpost, Bremen, Bergedorf, Hamburg, Hannover, Thurn und Taxis, Lübeck ꝛc. und ist daher diesfalls große Vorsicht geboten.

Hiermit ist jedoch die Reihe der verschiedenen Fälschungsarten noch keineswegs erschöpft, sondern wurden vorstehend nur die Hauptarten behandelt, weshalb in Kürze noch einige besondere Fälschungsarten angeführt werden sollen.

So giebt z. B. Spanien Marken aus, die gleichzeitig zur Frankierung von Telegrammen verwendet werden und Oesterreich läßt die Frankierung von Telephonkarten mit Briefmarken zu.

In beiden Ländern geschieht die Entwertung der Marken, wenn sie für Telegramme oder Telephonmitteilungen verwendet werden, mittels Durchlochung. Derlei durchlochte Marken werden nun durch Einschiebung entweder des ausgeschlagenen Blättchens oder eines nachahmenden Surrogates unkennbar ausgefüllt und als Briefmarken verkauft, nachdem sie vorhernoch zumeist mit einem nachgemachten Entwertungsstempel versehen wurden.

Das Sammeln von Marken auf ganzen Briefen oder Briefstücken (das ist auf Teilen des Briefes oder des Brief-

couverts) hat zu zweierlei Fälschungen geführt. Es werden nämlich echte Marken auf untergeschobene Briefe oder Briefstücke geklebt, und der auf der Marke befindliche Entwertungsstempel derart ergänzt, daß er auf dem Briefe oder Briefstücke seine anscheinend ursprüngliche Fortsetzung findet, oder es werden echte Briefe oder Briefstücke mit falschen Marken versehen und der auf dem Briefe oder Briefstücke befindliche echte Entwertungsstempel auf der falschen Marke derart mittels Fälschung fortgesetzt, daß es den Anschein gewinnt, als habe die Marke auf dem Briefe gesessen als dieser die Post passierte und amtlich entwertet wurde. In der letzterwähnten Weise wurden insbesondere Falsifikate der so seltenen Marken der Moldau I. Emission und zwar zu um so höheren Preisen an den Mann gebracht, als es ja Marken auf ganzen Briefen waren, die besonders teuer bezahlt wurden.

Einzelne Marken wurden auf einem eigens chemisch präparierten Papier gedruckt, welches einen dem Auge verborgenen Netzunterdruck besaß (Norddeutscher Postbezirk, Preußen). Hier wurde dieser Netzunterdruck durch Behandlung mit chemischen Reagentien sichtbar gemacht und die Marken als seltene Varietäten vertrieben.

Gute Fälschungen wurden mit dem gleichfalls falschen Aufdrucke „Specimen" versehen (Neu-Schottland) und unter diesem Deckmantel, welcher die Wachsamkeit der Sammler einlullen sollte, als Restbestände in den Handel gebracht. Ja es wurden sogar Neudrucke (von Österreich), Probedrucke (von Neu-Süd-Wales) und Essais (von Ungarn) gefälscht.

Im allgemeinen unterliegen die aufklebbaren Marken der Fälschung weit mehr als die Ganzsachen, weil es sich bei den letzteren nicht nur um die Nachahmung des Wertstempels handelt, sondern auch das ganze Formular mit den Eigentümlichkeiten des Papieres, der Farbe, des Vordruckes (insbesondere bei Korrespondenzkarten, Postanweisungen, Kartenbriefen 2c.), mitunter auch des Wasserzeichens, des Überdrucks, des Klappenstempels u. s. w. nachgeahmt werden muß, was erheblichen Schwierigkeiten unter-

liegt. Nichtsdestoweniger giebt es auch auf diesem Gebiete so manche Fälschungen, wie z. B. Mauritius 1 Schilling-Couverte, Preußen Oktogon-Couverte, Großbritannien Mulready-Couverte, Thurn und Taxis Briefumschläge mit lila Überdruck, Japan Postkarten u. a. Eine besondere Fälschung kommt bei den Postkarten Helgolands vor, indem den einfachen Karten durch eine geschickte Manipulation das Aussehen der seltenen Doppelkarten verliehen wird.

Die großen Schwierigkeiten, die sich der Fälschung der Ganzsachen entgegenstellen, haben sogar manche Staaten veranlaßt, die Vorsichtsmaßregeln aufzugeben, mit denen sie dieselben ursprünglich zum Schutze gegen Nachahmung versehen hatten, wie: präpariertes Papier, Papier mit eingewebten Seidenfäden oder mit Wasserzeichen, Überdruck u. dgl.

Dafür werden um so flotter die sogenannten Ausschnitte □ gefälscht, bei denen eben nur der Wertstempel nachzumachen ist.

Indem wir dieses im wahren Sinne des Wortes „unerschöpfliche" Kapitel schließen, sei noch erwähnt, daß über das Erkennen der Fälschungen im Zweiten Teile dieses Werkes gesprochen werden wird. Auch sei noch bemerkt, daß in allerneuester Zeit ein Schwindel begonnen hat, der dem Markenfälschen zum mindesten sehr nahe verwandt ist. Es ist dies die Markenflickerei, welche darin besteht, daß schadhafte und defekte Marken, denen entweder ein Teil gänzlich fehlt, oder bei denen ein Teil der Zeichnung verloren gegangen ist, künstlich derart hergestellt werden, daß man sie bei oberflächlicher Besichtigung für tadellose Exemplare hält. In der eigenen Sammlung kann dies anstandslos geschehen, bei entgeltlicher Veräußerung aber muß der Käufer auf diesen Umstand aufmerksam gemacht werden.

Von der Entwertung und den Entwertungsmitteln der Postwertzeichen.

Die Staatsverwaltung erhebt mittels der Postwertzeichen die Gebühr für die Beförderung von Poststücken und für

andere postliche Dienstleistungen. Es muß ihr also daran liegen, daß ein Postwertzeichen, für welches sie den postlichen Dienst geleistet hat, unbrauchbar gemacht werde, damit man es nicht noch einmal als Zahlung für eine solche Leistung verwende. Dieses Unbrauchbarmachen einmal verwendeter Postwertzeichen nennt man „Entwertung der Postwertzeichen". Die Notwendigkeit dieser Maßregel leuchtete schon bei der ersten Einführung der Postwertzeichen ein und geschah bei den Pariser „Billets" des 17. Jahrhunderts in der Weise, daß der Postbeamte das Billet einfach abriß. Auch James Chalmers legte im Jahre 1834 den Entwertungs-Entwurf einer aufklebbaren Briefmarke vor und zwar bestand die Entwertung, welche er vorschlug, darin, daß der Marke das Wort „Used" (gebraucht) schwarz aufgedrückt wurde.

Ein späterer Entwurf vom Jahre 1837 zeigte schon eine Vervollkommnung der Entwertung, welche darin bestand, daß der Marke Ort und Tag der Übergabe des mit ihr frankierten Poststückes von der Post aufgedruckt werden sollte. Chalmers stand also schon im Jahre 1837 auf dem Standpunkte, den heute die vorgeschrittensten Länder in Bezug auf die Entwertung der Postwertzeichen einnehmen. Allerdings wurde diese Art der Entwertung damals noch nicht, sondern erst viel später eingeführt.

Im allgemeinen ist die Entwertungsfrage bei den aufklebbaren Briefmarken viel wichtiger als bei den Ganzsachen, weil diese durch die Beifügung der Adresse, durch das Verschließen der Klappe, durch die schriftliche Mitteilung selbst (Korrespondenzkarte) u. s. w. für eine nochmalige Verwendung unbrauchbar werden.

Allein auch bei Ganzsachen ist die Entwertung des eigentlichen Wertstempels nicht belanglos, da vielfach auch Ausschnitte der Briefumschläge als Briefmarken verwendet wurden (Preußen ꝛc.), und daher der Wertstempel eines bereits verwendeten Briefumschlages, wenn er nicht entwertet ist, als Ausschnitt nochmals zur Verwendung gelangen kann. Besonders bei den alten deutschen Kleinstaaten (Hannover,

Oldenburg) trifft man sehr häufig gebrauchte Briefumschläge an, deren Wertstempel kein Zeichen einer Entwertung trägt.

Trotz der Entwertung der Briefmarken mittels Druckerschwärze gelang es doch gebrauchte Marken nochmals und selbst noch mehrmals zur Frankatur zu verwenden, indem das Entwertungszeichen durch eine Reinigung mit ätzenden Substanzen, die sogenannte Markenwäsche, beseitigt wurde. In den Vereinigten Staaten von Nordamerika wurde diese betrügerische, den Fiskus arg schädigende Manipulation geradezu gewerbsmäßig betrieben. Dieser Mißbrauch hat eine Reihe von Entwertungsprojekten zu Tage gefördert, von denen nur die bemerkenswertesten hier folgen. Ein Vorschlag ging dahin, die Marken mit einem Coupon zu versehen, welcher über den Brief hinausragt und vom Postbeamten bei der Beförderung des Briefes abzureißen ist. Oder es sollte der mittlere Teil der Marke nicht gummiert und statt der Entwertung mittels eines Instrumentes herausgerissen werden. Andere rieten, die Marke zum Zwecke der Entwertung mit einem Instrumente zu zerschneiden. Wieder andere meinten, daß die Marken derart zu drucken wären, daß der Abdruck sich bei der Ablösung der Marke von selbst abzieht und am Briefe haften bleibt (Decalcomanie). Ferner wurde beantragt, sich zur Entwertung eines glühenden Eisens zu bedienen, wodurch die Oberfläche der Marke zerstört würde. Ja, ein heißblütiger Projektant verstieg sich so weit, die Verwendung explodierender Stoffe im Klebestoffe zu beantragen, so daß die Marke bei der Entwertung explodieren und deren Oberfläche verkohlen würde. Endlich wurde der „Monde de la Science et de l'Industrie" zufolge ein elektrischer Stempel erfunden, welcher auf der Marke im Augenblicke seiner Anwendung feine Brandstellen hervorrufen sollte.

Allein keine dieser Entwertungs-Methoden oder -Mittel fand Eingang in die Praxis, sondern man blieb, nach wie vor, bei der Entwertung mittels eines Stempels und der Druckerschwärze. Nur Afghanistan bedient sich mitunter

einer Entwertungsmethode, bei der ein Teil der Marke herausgerissen wird. Solche Marken sind daher keineswegs als lädiert, sondern vielmehr als amtlich entwertet anzusehen.

Nicht mit der Entwertung zu verwechseln ist jene Durchlochung der Marken, welche in manchen Ländern den Parteien, vor der Verwendung der betreffenden Marke, zu dem Zwecke gestattet wird, um die Entwendung der Marken durch Bedienstete ꝛc. zu verhüten. Zumeist bedienen sich nur größere Kaufleute dieses Mittels. In der Regel zeigt die Durchlochung den Namen der Firma.

In Frankreich ordnete der Verkehrsminister Cochéry, als Ende der 1870er Jahre das wiederholte Verwenden bereits gebrauchter Marken stark überhandnahm, an, daß der Stempelschwärze Petroleum beigemengt werde, wodurch die Beseitigung des Entwertungsstempels, selbst auf chemischem Wege, nahezu unmöglich gemacht wurde. In vielen Staaten (Österreich ꝛc.) wurden die Briefmarken anfänglich lediglich durch Striche mit Tinte mittels der Feder entwertet, wodurch einem Mißbrauche selbstverständlich Thür und Thor geöffnet wurde.

Außer dem oben erwähnten Zwecke der Durchlochung wird dieselbe jedoch auch als Entwertungsart und zwar in zweifacher Weise angewendet. In Spanien werden die Brief- und zugleich Telegraphenmarken, wenn sie in ihrer letztern Eigenschaft verwendet werden, durchlocht. Andere Staaten entwerten Restbestände der außer Kurs gesetzten Marken, die sie an Sammler abgeben, indem sie dieselben durchschlagen.

Vom Entwertungsstempel.

Von allen Entwertungsarten und Entwertungsmitteln hat sich jene, bei der die Entwertung mittels eines metallnen Entwertungsstempels und der Druckerschwärze vorgenommen wird, am meisten bewährt und fast allgemeine Einführung erfahren. Auch auf diesem Gebiete hat sich ein großer Fort-

schritt bemerkbar gemacht. Anfänglich ging der Zweck der Postverwaltung nur dahin, die Postwertzeichen, welche einmal zur Verwendung gelangt waren, für einen nochmaligen Gebrauch untauglich zu machen. Dazu genügten die primitivsten Stempel. So wurden die ersten Marken Großbritanniens, ja selbst die ältesten (Mulready-Couverts) Briefumschläge, die Marken der schweizerischen Kantonalpost ꝛc. nur mit einem sogenannten Kreuzstempel, der keinerlei Inschrift aufwies, entwertet, wobei man sich nicht selten statt der Druckerschwärze einer roten Farbe bediente. Sizilien bediente sich eines arabeskenartigen, die Türkei eines Stempels, der nur aus Linien und Punkten bestand. In Deutschland war zumeist ein gitterartiger Stempel in Verwendung, in Holland ein Stempel, der nur das Wort „Franco“, in Neapel ein solcher, der das Wort „Annullato“ enthielt u. s. w.

Später fand man es zweckdienlich, daß der Entwertungsstempel auch den Ort oder doch das Postgebiet bezeichnen sollte, in welchem die Postsendung zur Aufgabe gelangte. Dies suchte man in zweifacher Weise zu erreichen. Einige Staaten bezeichneten die verschiedenen Postgebiete oder die einzelnen mit Postämtern ausgestatteten Orte mit Nummern und verfügten, daß der Entwertungsstempel, dessen sie sich zu bedienen hatten, die betreffende Nummer enthalten müsse. So entstanden die Ring-, Zahnradstempel u. s. w., welche zumeist in der Mitte eine Zahl führen. So bediente sich z. B. Portugal solcher Stempel, welche mitten zwischen dicken Kreisen eine Zahl tragen, welche das Postgebiet bezeichnet, in dem das Poststück zur Aufgabe gelangte. Der gleiche Stempel wurde auch auf den Azoren, Madeira und den übrigen portugiesischen Kolonien eingeführt. Die Wichtigkeit der Kenntnis der Entwertungsstempel für den Postwertzeichensammler ist daher augenscheinlich, denn so manche Fälschung wurde dadurch erkannt, daß sie mit einem unrichtigen, gefälschten Entwertungsstempel versehen war.

Andere Staaten führten sogleich Stempel, welche die Ortsbezeichnung enthielten, ein. Jetzt kannte man zwar das Postgebiet oder den Ort der Aufgabe eines Briefes, immer aber noch nicht die Zeit, in der er der Post übergeben worden war, und doch war auch dies in vielen Fällen von allergrößter Wichtigkeit, sowohl für die Postverwaltung als für das Publikum. Der Ortsangabe im Entwertungsstempel wurde daher auch die Zeitangabe beigefügt, was schon einen nennenswerten Fortschritt bedeutete, denn nun konnte Jedermann den Postenlauf und somit die Funktion der Post kontrollieren, was eine aufmerksamere Behandlung der Poststücke zur Folge hatte. Die Zeitangabe beschränkte sich jedoch zumeist noch auf Tag und Monat. Bedeutend später wurde dem Entwertungsstempel erst die Angabe des Jahres angefügt, was insbesondere wichtig war, wenn es sich darum handelte, nach Jahren festzustellen, wann ein Brief aufgegeben worden. In vorgeschrittenen Staaten, jedoch nur in Orten mit größerem Postverkehre, findet sich seit neuerer Zeit im Entwertungsstempel sogar die Angabe der Tageszeit, zu welcher der Brief an das Postamt gelangte, vor.

Der Entwertungsstempel hat sich nicht bei allen Staaten genau in der hier geschilderten Weise entwickelt, aber im allgemeinen trifft dies zu. Hierbei muß bemerkt werden, daß sich manche Staaten, wie z. B. die Vereinigten Staaten von Nordamerika, zweier Stempel bedienen, die sie den Briefen vor deren Expedition aufdrucken, nämlich eines eigentlichen Entwertungsstempels, der nur bestimmt ist, das Postwertzeichen zu entwerten und eines Aufgabestempels, der neben dem Postwertzeichen dem Briefe aufgedruckt wird und die oben erwähnten Daten enthält. Daß alle diese Entwertungsstempel die verschiedenartigsten Formen und Gestalten, als Kreise, Sterne, Drei-, Vier-, Sechs-, Achtecke, Halbbögen u. s. w., aufweisen, braucht wohl nicht erwähnt zu werden.

Zweiter Teil.

Die Lehre vom Sammeln der Postwertzeichen (Philatelie).

Etymologische Erklärung des Wortes „Philatelie".

Schon Anfang der 1860er Jahre findet sich in den Fachschriften der Briefmarkenkunde das Wort Philatelie für das Studium der Briefmarken vor. Die Anhänger dieses Studiums heißen Philatelisten. Was die etymologische Bedeutung dieses Wortes betrifft, so stammt dasselbe aus dem Griechischen oder richtiger, man hat für diese neue Liebhaberei ein griechisches Wort erfunden.

Dasselbe ist aus dem vielverwendeten Namen „*φιλ*" = Freund, aus dem *a* privativum, welches deutsch die Bedeutung von bar, frei, los hat, und dem Worte „*τελος*" zusammengesetzt. Unter „*τελος*" versteht man die verschiedenen Abgaben, Zölle, Steuern, Gebühren, welche an die Staatsverwaltung geleistet werden mußten. In Verbindung mit dem *a* privativum = „*ατέλεια*" bedeutet dieses Wort die Freiheit von Abgaben, Steuern, Gebühren ꝛc. Somit heißt „Philatelie" die Beschäftigung mit demjenigen, was abgaben-, steuer-, gebührenfrei macht, und im engeren Sinne mit Briefmarken, welche den Briefen und

sonstigen Postsendungen die abgabenfreie Bahn bis in die Hände des Empfängers eröffnen.

Man wird zugeben müssen, daß dieses Wort etwas gekünstelt und auch nicht ganz logisch gewählt ist, weil ja die Briefmarken den Brief nicht gebührenfrei machen, sondern nur ein Mittel der Gebührenentrichtung selbst sind, allein es hat sich einmal im Deutschen, Englischen, Italienischen, Spanischen, Portugiesischen, Skandinavischen u. s. w. eingebürgert und wird wohl für alle Zeiten beibehalten werden.

Ursprünglich gab es viele Anhänger der Briefmarkenkunde, welche das *a* privativum verwarfen, die Stämme „*φιλ*“ und „*τελος*“ unmittelbar verbanden und ihre Wissenschaft demgemäß „Philotelie“ und sich „Philoteliſten“ nannten, welche Wortbildung den bekannten Mustern von „Philosophie“, „Philologie“ ꝛc. nachgebildet ist, allein schließlich erklärte sich die Mehrzahl für „Philatelie“, und dabei blieb es, nachdem dieser Wortkrieg lange und mit Heftigkeit gewütet hatte.

Noch sei bemerkt, daß sich, und zwar noch in neuerer Zeit, Stimmen für die Schreibweise „Filatelie“ erhoben haben, jedoch nicht durchgedrungen sind.

Die Franzosen, Rumänen und teilweise auch die Italiener bedienen sich dafür des Wortes „Timbrophilie“, dessen etymologische Bildung wohl keiner Erklärung bedarf.

Welchem Lande die Erfindung des Wortes „Philatelie“ oder „Philotelie“ gebührt, und wer es zuerst gebrauchte, ist nicht bekannt. Es dürfte wahrscheinlich schon im Gebrauche gewesen sein, bevor es eine philateliſtische Litteratur gab, denn es kommt dieser Ausdruck schon in No. 1 der im Januar 1866 begonnenen Zeitschrift „Der Briefmarkensammler“ von G. Bauschke in Leipzig vor und No. 2 dieser Zeitschrift enthält bereits einen mit „Philatelie“ überschriebenen Artikel, aus dem übrigens hervorginge, daß die Franzosen es wären, welche dieses neue Wort zuerst einzuführen versucht hätten.

Begriff und Umfang der Philatelie.

Wir haben im vorigen Kapitel gezeigt, daß Philatelie nach der etymologischen Bedeutung des Wortes die Beschäftigung mit demjenigen bezeichnet, was abgaben-, steuer- und gebührenfrei macht. Nun giebt es aber außer den Briefmarken noch eine Menge anderer Wertzeichen, welche gleichfalls in dem Sinne wie jene diese Wirkung erzielen. Es sind dies in erster Linie die Telegraphen- und Telephonmarken, dann die Stempel-, Schulgeld-, Steuer- und alle anderen Fiskalmarken, deren Gattung — insbesondere in England und in den Vereinigten Staaten von Nordamerika — Legion ist. Im weiteren Sinne fällt daher auch die Beschäftigung mit diesen Marken unter den Begriff der Philatelie. Allein in diesem weiteren Sinne wird das Wort nur selten gebraucht und pflegen sich auch die Sammler von Fiskal- oder Stempelmarken in der Regel nicht Philatelisten zu nennen.

Das Wort Philatelie wurde ganz unzweifelhaft von Briefmarkensammlern erfunden und sie wollten damit ursprünglich ganz gewiß nur das Briefmarkensammeln bezeichnen. Das Briefmarkensammeln allein deckt jedoch diesen Begriff nicht vollständig, sondern gehört hierzu auch das Studium derselben. Wer also lediglich mechanisch Briefmarken sammelt und anhäuft, ist noch kein Philatelist. Es muß dazu das Bestreben treten, dieselben gründlich kennen zu lernen und systematisch zu sammeln. Wir gelangen sonach zu folgender Definition des Begriffes Philatelie: Man versteht unter Philatelie das Studium der von den Staatsverwaltungen oder den von ihnen hierzu ermächtigten Unternehmungen ausgegebenen Postwertzeichen und das systematische Sammeln derselben.

Ist die Philatelie eine Wissenschaft?

Über diese Frage ist bereits viel geschrieben und gestritten worden. Ihre Anhänger, besser unterrichtet über ihr Wesen als ihre Gegner, die Laien, haben diese Frage mit Begeisterung bejaht, während die Gegner ihr den Charakter einer Wissenschaft nicht nur vollständig abgesprochen, sondern sie sogar als — Manie bezeichnet haben.

Wie so vielfach, liegt auch hier das Richtige in der Mitte.

Wissenschaft im engeren Sinne nennen wir den vollständigen Inbegriff gleichartiger, nach durchgreifenden Hauptgedanken geordneter, aus einem gemeinsamen letzten Prinzip abgeleiteter, mit innerer Notwendigkeit entwickelter Erkenntnisse. Daß diese Voraussetzungen bei der Philatelie nicht zutreffen, bedarf wohl keiner näheren Erörterung. Immer aber wird zugegeben werden müssen, daß das Studium und Sammeln der Postwertzeichen wissenschaftlich und beziehungsweise systematisch betrieben werden, und daß die Kunde der Postwertzeichen zur Unterstützung der Geschichte, der Heraldik ꝛc. dienen kann. Und in diesem Sinne können wir mit einiger Berechtigung von der Philatelie als einer Hilfswissenschaft sprechen. Wenn die Briefmarkenkunde auch heute von den Geschichtsforschern noch nicht zu ihrer Unterstützung herangezogen wird, weil ihnen die Erkenntnisse, die ihnen die Briefmarkenkunde bieten könnte, in viel einfacherer Weise anderweit zugänglich sind, so erklärt sich dies durch die große Jugend der Briefmarkenkunde. Immerhin aber läßt es sich denken, daß, das fernere Bestehen der Briefmarken vorausgesetzt, in künftigen Zeiten die Briefmarkenkunde für die Geschichte wichtige Aufklärungen zu erteilen vermögen wird. Es erscheint somit gerechtfertigt, ihr den Charakter einer Hilfswissenschaft nicht abzusprechen, wobei jedoch nicht verschwiegen bleiben soll, daß es selbst eifrige Anhänger der Philatelie giebt, die den entgegengesetzten Standpunkt einnehmen.

Über den Wert der Philatelie.

Wir haben soeben erörtert, welche Bedeutung die Briefmarkenkunde für die menschliche Wissenschaft im allgemeinen hat oder doch gewinnen kann.

Hier aber wollen wir untersuchen, welchen praktischen Wert das Studium und Sammeln der Postwertzeichen denen gewährt, die sich damit beschäftigen. Dieser Wert muß, wie sich aus nachfolgendem ergiebt, als ein nicht geringer bezeichnet werden.

Das systematische Sammeln und Studium der Briefmarken veranlaßt zunächst die Frage: Aus welchem Lande stammt die Marke? Die Beantwortung derselben führt zur Geographie. Es werden dem Sammler Namen vorkommen, wie z. B. Sarawak, Perak, Selangor, Faridkot, Najpeepla ꝛc., die ihm ganz fremd sind.

Der Entwertungsstempel wird ihn weiter veranlassen, unbekannte Orte auf der Karte aufzusuchen. Hierbei wird er sich über Lage, Größe, Bodenbeschaffenheit, Bevölkerung von deren Ländern, über deren Regierungsform, Staatsverfassung u. s. w. zu unterrichten suchen und so seine geographischen Kenntnisse vermehren. Wird seine Sammlung vollständiger, so wird er bei den Marken ein und desselben Landes verschiedene Bildnisse finden; er wird wahrnehmen, daß in ein und demselben Orte zu verschiedenen Zeiten Marken verschiedener Staaten zur Verwendung gelangten (z. B. in Venedig, wo bis 1866 österreichische, von da ab italienische Marken in Geltung stehen) und dadurch zum Studium der Geschichte dieser Länder angeregt werden.

Die verschiedenen Wertbezeichnungen der Briefmarken werden den Sammler über das Münzwesen der Staaten belehren. Er wird den Wert der Centimes, Cents, Centesimi, Centavos, Drachmen, Bajocchi, Cuartos, Leptas, Öre, Schillinge, Kopeken, Paras, Stotinki, Aur, Grano, Skillinge, Bani, Reis, Quattrini, Crazie, Annas, Pies,

Paisa, Docra, Schahis, Piaster, Sen, Keneta u. s. w. kennen lernen und in Kürze über das Geldwesen aller Staaten der Erde Auskunft geben können. Ebenso wird er durch die vielen, auf den Postwertzeichen vorkommenden Wappen in die Heraldik eingeführt werden, während er aus der größeren oder geringeren Kunstfertigkeit der Marken den Kulturzustand der Völker, denen sie angehören, und den Fortschritt, den sie darin erreicht haben, entnehmen kann.

Die mannigfaltigen fremden Ausdrücke und Schriftzeichen auf den Postwertzeichen, insbesondere auf den Postkarten werden ihn nötigen, wenn er seine Lieblinge bestimmen und sich über ihre Bestimmung und Herkunft unterrichten will, einen Einblick in die verschiedenen Sprachen und Schriftweisen zu gewinnen, und sich so über Dinge, die sonst ganz außer seinem Gesichtskreise geblieben wären, wenigstens einige allgemeine Kenntnisse zu verschaffen. Endlich werden ihn die verschiedenen Gattungen der Postwertzeichen veranlassen, sich mit ihrem Zwecke vertraut zu machen und er wird so die postalischen Einrichtungen der Völker kennen lernen.

Aber nicht nur in der Vermehrung positiver Kenntnisse bestehen die Vorteile des Briefmarkensammelns, sie liegen auch auf einem ganz andern Gebiete. Der Sammler, der tausende von Mustern auf einem verhältnismäßig kleinen Raume vor sich sieht, wird bald Vergleiche zwischen den Marken der einzelnen Länder anstellen, er wird urteilen lernen, was schön, was minder schön und was häßlich ist. Sein Schönheitssinn wird geweckt werden. Bei zweifarbigen Marken wird er die Farben-Zusammenstellung prüfen und auch in dieser Beziehung seinen Geschmack läutern. Er wird sehen, daß gewisse Markenemissionen sich lediglich durch die Herstellungsart der Marken unterscheiden (Kapland, Frankreich, Griechenland, Rumänien) und daher auch der Technik der graphischen Künste seine Aufmerksamkeit zuwenden. Durch das Bestimmen der Marken wird sein

Scharfsinn geübt, durch das Einkleben in die Sammlung sein Ordnungssinn gesteigert werden u. s. w.

Allerdings muß zugegeben werden, und damit komme ich auf einen Einwand, der vielfach von Seiten der Laien gegen das Briefmarkensammeln erhoben wird, daß durch dasselbe gewisse böse Keime, wie Neid, Habsucht, Schachergeist, in dem Kinde geweckt und großgezogen werden; allein dem muß entgegengehalten werden, daß die gleichen Triebe wohl auch durch das bei der Jugend eben so geläufige Sammeln von Schmetterlingen, Käfern, Konchylien ꝛc. mehr oder weniger hervorgerufen werden, daß mit dem Briefmarkensammeln überhaupt erst im Jünglingsalter, also zu einer Zeit, wo sich der Charakter des jungen Menschen schon gefestigt hat, begonnen werden sollte, und daß es Aufgabe der Eltern, Erzieher und Lehrer ist, die Kinder vom Briefmarkensammeln zurückzuhalten. Jene Nachteile können also nicht der Philatelie, sondern nur der vorzeitigen Beschäftigung damit zur Last gelegt werden.

Berechtigter ist der Vorwurf, daß bei der großen Anzahl guter und raffinierter Fälschungen der junge, unerfahrene Sammler häufig sein Geld für wertlose Papierschnitzel hinauswirft und so finanziell geschädigt wird, allein auch daran trägt das Briefmarkensammeln an sich keine Schuld und es ist nur ein weiterer Beleg für die eben ausgesprochene Ansicht, daß sich nur reifere Leute mit dem Sammeln befassen sollten, welche den Ernst dieser Beschäftigung zu erfassen und sich durch eindringliches Studium der Postwertzeichen vor Übervorteilungen wirksamer zu schützen vermögen.

Wird das Briefmarkensammeln nur von reifen Leuten betrieben, dann wird auch sein bildender, ja veredelnder Einfluß Jedermann in die Augen springen. Jedenfalls wird so manche Stunde, die sonst in Müßiggang zugebracht worden wäre, vom Briefmarkensammler in nützlicherer Weise verwendet werden.

Von der Vorbildung und Ausrüstung des Sammlers.

Nicht Jeder, der Briefmarken sammelt, ist Philatelist. Diesen Namen verdient nur der wahre Briefmarkenkenner. Ein solcher wird man aber erst nach langjährigem ernsten und eindringenden Studium der Postwertzeichen. Wer sich diesem Studium mit Erfolg hingeben will, muß über ein gewisses Maß von Vorbildung verfügen, ohne welches er in die Geheimnisse der Postwertzeichenkunde nicht einzudringen vermag. Gänzliche Unkenntnis der Geographie und Mangel auch der oberflächlichsten Sprachkenntnisse machen ein Studium der Postwertzeichen unmöglich. Anderseits ist aber hiezu auch ein reiferes Alter erforderlich, da sich der Sammler auf Schritt und Tritt Fragen zu beantworten hat, die eine vorgeschrittenere Urteilskraft zu ihrer Lösung bedingen. Aus diesen Gründen kann das Sammeln durch Kinder in den Volksschulen nicht gebilligt werden. Ihr Sammeln ist ein lediglich mechanisches ohne wissenschaftlichen Charakter und kann daher auch keinen Nutzen abwerfen. Erst nachdem der Knabe einige Jahrgänge einer Mittelschule durchgemacht und sich einen gewissen Schatz von Kenntnissen in der Geographie und Geschichte und in fremden Sprachen angeeignet hat, erscheint er geeignet, sich mit Vorteil dem Studium der Postwertzeichen hinzugeben.

Hat er sich hierzu entschlossen, so muß er zunächst auf seine Ausrüstung Bedacht nehmen. Dieselbe ist eine doppelte, nämlich eine *geistige* und eine *mechanische*. Unter der erstern werden die *litterarischen* Hilfsmittel, unter der letztern die *Instrumente* und *Gerätschaften* verstanden, deren der Philatelist für sein Studium bedarf. Zu den litterarischen Hilfen gehört, vom *Atlas*, dessen Besitz ich bei jedem Philatelisten als selbstverständlich voraussetze, abgesehen, vor allem ein gutes *Handbuch*. Dieses ist die Fibel des jungen Sammlers, von der er sich nie trennen sollte. Ein gutes Handbuch wird sein treuester Führer sein, dessen er in keinem Augenblicke entraten kann. In Deutschland existiert

gegenwärtig ein einziges Handbuch, das vollständig ist und ebenso dem Anfänger wie dem mittleren Sammler angeraten werden kann, und zwar das im Verlage der Gebrüder Senf in Leipzig erschienene „Handbuch für Postwertzeichensammler" von Moschkau, dem Altmeister der Briefmarkenkunde in Deutschland. Die gegenwärtige Auflage, von welcher der erste Band die Freimarken, Briefumschläge und Streifbänder, der zweite Band die Postkarten, Kartenbriefe, Postanweisungen und Postbegleitadressen umfaßt, giebt Aufschluß über alle Postwertzeichen, die auf dem Erdkreise ausgegeben worden sind, und ist daher für jeden Sammler, mag er nun General- oder Spezialsammler sein, benutzbar. Der erste Band ist von Richard Senf, der zweite von Theodor Haas bearbeitet. Andere Handbücher sind entweder, wie jenes von Paul Lietzow, schon etwas veraltet, oder sie behandeln nur bestimmte Gattungen der Postwertzeichen, wie jenes von Ferdinand Meyer mit acht Nachträgen, welches nur von den aufklebbaren Briefmarken handelt, oder sie sind unvollendet, wie das große Handbuch der Philatelie von Lindenberg und seinen Nachfolgern Dr. Kalckhoff und Genossen, welches nur bis M gediehen, übrigens aber auch zu weit angelegt ist und nur für große, sehr vorgeschrittene Sammler taugt. Bei dieser Gelegenheit sei darauf aufmerksam gemacht, daß es wohl auch große Kataloge giebt, wie jener von A. Larisch in München, der zu den besten deutschen Katalogen zählt, daß dieselben jedoch hauptsächlich nur den Zweck verfolgen, den Händlern als Preislisten zu dienen und daher nicht den wissenschaftlichen Wert haben wie die Handbücher, und daß sie dem jungen Sammler erst in zweiter Linie angeraten werden können. Zudem behandelt der Katalog von Larisch nicht alle Postwertzeichen. Siehe übrigens die Aufstellung der wichtigeren Handbücher und Kataloge weiter hinten unter Litteratur. Das Moschkausche Handbuch ist auch mit Verkaufspreisen der Firma „Gebrüder Senf" in Leipzig versehen und macht daher auch aus diesem Grunde einen Preiskatalog entbehrlich.

Das nächste litterarische Hilfsmittel ist ein gutes Album, worunter man ein Buch zum Zwecke der systematischen Einreihung und Aufbewahrung der Postwertzeichen versteht, doch ist dessen Anschaffung für den beginnenden Sammler nicht so notwendig als die eines Handbuches. Der junge Philatelist wird anfänglich sogar besser daran thun, seine Marken provisorisch in ein gewöhnliches Heft einzukleben und erst dann in ein Album überzusiedeln, wenn er schon eine ansehnliche Anzahl von Postwertzeichen erworben hat. Durch das viele Auswechseln der Marken, welches im Anfange dem Sammler nicht leicht erspart bleibt, weil er bei Beginn des Sammelns häufig schmutzige und beschädigte Marken seiner Sammlung einverleibt, die er dann durch schönere Exemplare ersetzen muß, und weil er anfänglich die Marken unrichtig bestimmt und daher in das falsche Markenfeld einklebt, wird das Album nur allzubald beschmutzt und abgerieben und verliert dadurch an Ansehen. Diesem Übelstande weicht der junge Sammler aus, wenn er seine Schätze erst dann einem Album einverleibt, wenn sie zuverlässig bestimmt, und von tadellosem Äußern sind.

Was die Wahl des Albums anbelangt, so muß vor allem bemerkt werden, daß es zwei große Gruppen von Alben giebt, die sich dadurch von einander unterscheiden, daß die einen, man nennt sie Vordruck-Alben, eine genaue Angabe jedes einzelnen Postwertzeichens und vorgezeichnete Markenfelder, in welche dieselben einzukleben sind, enthalten, während die anderen keinerlei Text oder Markenfelder aufweisen. Dem Anfänger muß die Beschaffung eines Vordruckalbums angeraten werden, bis er später befähigt wird, sich selbst die ihm zusagende Systematik für die Einreihung der Postwertzeichen zu schaffen. Zu den besten Vordruckalben gehört das im Verlage von A. Larisch in München erschienene Koeppe-Album, das Schaubeck-Album aus dem Verlage der Gebrüder Senf in Leipzig, das Schwaneberger-Album der Firma Ernst Heitmann in Leipzig und das Album von Baumbach & Co. ebendort.

Von jedem dieser Albums giebt es verschiedene Ausgaben, von der einfachsten bis zur luxuriösesten Ausstattung.

Das Koeppe-Album ist genau nach dem großen Handbuche von Ferdinand Meyer bearbeitet, es berücksichtigt demnach alle Wasserzeichen und Zähnungsunterschiede, umfaßt aber auch nur die aufklebbaren Briefmarken, während die drei anderen Alben auch die Briefumschläge, Postkarten, mit einem Worte die Ganzsachen, allerdings nur im Ausschnitte, enthalten. Vom Schaubeck- und Schwaneberger-Album giebt es aber auch Ausgaben, die keine Ausschnitte enthalten und unter dem Namen Reform-Album bekannt sind. Weiter existieren vom Koeppe-Album und vom sogenannten Universal-Album von Baumbach & Co. (vormals Hupfeld und Gröber) Ausgaben, die nur einen Erdteil (Europa) umfassen. Endlich hat C. Cl. Sauer in Mährisch Ostrau Alben für einzelne Länder herausgegeben, von denen bisher Österreich-Ungarn, Deutschland, Portugal und seine Kolonien, Belgien und Niederlande, Türkei und Ostrumelien, Schweiz und Luxemburg erschienen sind.

Was die Alben ohne Vordruck, sogenannte Permanent-Alben, betrifft, so giebt es auch hiervon eine ganze Reihe. Die hervorragendsten sind jene von Hugo Krötzsch in Leipzig, Robert Staufenegger in Luzern, Sigmund Friedl in Döbling bei Wien, Paul Kohl in Chemnitz u. a. Am praktischsten ist jenes von Hugo Krötzsch eingerichtet, indem man die losen Blätter einzeln, und zwar entweder nur mit Einfassung ohne Liniennetz oder mit Liniennetz, oder mit Liniennetz und eingedruckten Lichtdrucken von Originalmarken kaufen kann. Auch erhält man mit diesem Album ein Beibuch nebst Lichtdrucktafeln, welches sämtliche Marken des betreffenden Staates aufführt und über Fälschungen, Neudrucke ꝛc. Auskunft erteilt.

Ferner giebt es auch Vordruck-Alben, welche derart eingerichtet sind, daß sie zum permanenten Gebrauche dienen können, wie z. B. das vom Verfasser dieses Buches bearbeitete, bei Moritz Schauenburg in Lahr erschienene

Patentierte Permanent-Weltbriefmarkenalbum, welches mittels Anwendung eines einfachen Mechanismus durch das Herausziehen eines Stiftes im Nu in lose Blätter zerfällt, so daß an jeder Stelle neue Blätter eingeschaltet werden können.

Endlich giebt es auch Alben ohne Vordrucke, die nur für Ganzsachen eingerichtet sind, wie jene von Ernst Petritz in Dresden, Ernst Heitmann in Leipzig, Hans Müller in Hannover und einige andere.

An Sammelbüchern fehlt es also nicht, sie stehen alle auf der Höhe der Zeit und können getrost empfohlen werden. Sehr vorgeschrittene Sammler werden jedenfalls gut thun, zum Permanent-Album zu greifen, wiewohl nicht geleugnet werden kann, daß es bisher noch nicht gelungen ist, ein allen Anforderungen entsprechendes Permanent-Album herzustellen, und daß es mehr als zweifelhaft ist, ob dies überhaupt je gelingen wird.

Endlich gehört zur geistigen Ausrüstung — last not least — eine gute Fachzeitschrift. Durch dieselbe wird der Sammler über alle Neuerscheinungen im Gebiete der Postwertzeichen, über alle neu auftauchenden Fälschungen, Neudrucke, Fehldrucke ꝛc. unterrichtet und mit allen Ergebnissen der neuen Forschung bekannt gemacht.

Nicht minder wichtig ist es ferner für den Sammler, die Ankündigungen der hervorragendsten Händler kennen zu lernen, um sich über die Preisverhältnisse auf dem Laufenden zu erhalten. Jeder ernste Sammler wird daher gut thun, sich ein gutes Fachblatt und nebenbei ein größeres Inseratenblatt zu halten. Der Aufwand dafür ist kein bedeutender, denn der Abonnementspreis der besseren Fachblätter bewegt sich zwischen 2—4 Mark für das Jahr, während die Annoncenblätter gewöhnlich gratis, lediglich gegen Berichtigung des Portos von 50 Pfennigen, versendet werden. Für kleinere und mittlere Sammler dürfte sich unter den heute in Deutschland erscheinenden Fachblättern am meisten das „Illustrierte Briefmarken-Journal“ der Gebrüder

Senf in Leipzig, für größere Sammler die „Postwertzeichenkunde" von A. Larisch in München oder die „Deutsche Briefmarkenzeitung" von Dr. H. Brendicke in Berlin eignen. Von Annoncenblättern sind zu empfehlen: der „Generalanzeiger der Philatelie" von Chr. Sauerland in Hemer in Westfalen und das „Internationale Briefmarkenoffertenblatt" von C. G. Vogel in Pößneck in Thüringen.

Ein Verzeichnis der übrigen besseren Fachblätter findet der Leser in der weiter unten folgenden Litteraturaufstellung.

Was nun die mechanische Ausrüstung des Sammlers betrifft, so soll dieselbe aus folgenden Utensilien bestehen, nämlich:

1. Aus zwei Porzellanschalen mit einem ziemlich breiten Haarpinsel, von denen die eine für das Ablösen der Marke von dem Papiere, auf dem sie haftet, die andere für die Reinigung der Marken bestimmt ist.
2. Aus Klebepergament oder amerikanischen Klebefalzen zum Befestigen der Marken im Album.
3. Aus einer Flasche aufgelöstem Gummi arabicum nebst einem sehr feinen Pinsel.
4. Aus einer kleinen Schere.
5. Aus einem Federmesser.
6. Aus einer Pincette, um die Marken aus dem Reinigungsbade, ohne sie zu verletzen, herausnehmen und sie überhaupt behutsam anfassen zu können.
7. Aus einem Radiermesser.
8. Aus einem Falzbein.
9. Aus einem Radiergummi.
10. Aus Lösch- und Wachspapier.
11. Aus einer guten Lupe.
12. Aus einem Zähnungsschlüssel.
13. Aus einem Millimetermaß.
14. Aus zwei Platten von möglichst reinem Glas von 20—25 cm im Quadrat nebst mehreren ebenso großen Stücken blauen starken Umschlagpapieres, in

welche den verschiedenen Markenformaten entsprechende Löcher eingeschnitten sind, um die Marken auf das Wasserzeichen prüfen zu können.

15. Aus einer, am besten der amerikanischen, Farbenkarte.
16. Aus Tauschbogen oder -Heften.

Jedes der hier aufgeführten Stücke ist dem Philatelisten unentbehrlich. Bemerkt sei, daß G. M. Schmidt in Lübeck einen sogenannten philatelistischen Handwerkskasten hergestellt hat, welcher nahezu alles enthält, was hier aufgeführt erscheint.

Der Anfänger möge nicht vor der Zahl der hier bezeichneten Instrumente und Gerätschaften erschrecken, denn deren Anschaffung erfordert nur ein geringes Anlagekapital, dessen Aufwendung ihm manche Täuschung ersparen und ihn vor mancher Übervorteilung bewahren wird.

Wir können dieses Kapitel nicht schließen, ohne dem Sammler dringend ans Herz zu legen, sich über die verschiedenen Herstellungsarten der Postwertzeichen zu unterrichten. Wer auf diesem Gebiete zu Hause ist, wer den Vorgang bei Herstellung eines Typendruckes, einer Lithographie, des Kupferstiches, des Stahlstiches, bei Vervielfältigung auf galvanoplastischem Wege oder mittels Lichtdruckes genau kennt, und die verschiedenen Produkte der graphischen Künste wohl zu unterscheiden vermag, der wird die vielen Klippen und Fallstricke, die das Fälschungsunwesen dem unerfahrenen Philatelisten entgegenstellt, mit Leichtigkeit vermeiden.

Was soll gesammelt werden?

Es ist vielfach versucht worden, bestimmte Grundsätze in Bezug auf den Umfang dessen aufzustellen, was gesammelt werden soll. Man hat jedoch dabei übersehen, daß das Briefmarkensammeln, wie schließlich jedes andere Sammeln, welches als eine freie Beschäftigung von Privaten betrieben

wird, eine Liebhaberei ist, die von den persönlichen Neigungen des einzelnen Sammlers abhängt und sich daher nicht in Gesetze zwängen läßt. Nichtsdestoweniger giebt es auch hier gewisse Gesichtspunkte, welche in der Natur der Sache liegen und daher füglich nicht außer acht gelassen werden können, wenn von Briefmarkensammeln überhaupt gesprochen werden darf. Diese Gesichtspunkte sollen hier erörtert werden.

Der Briefmarkensammler verfolgt den Zweck, Postwertzeichen zu sammeln. Was man unter Postwertzeichen versteht, wurde bereits an anderer Stelle festgestellt. Daraus ergiebt sich von selbst, daß sich als Sammelobjekt nur dasjenige darstellt, was unter den vorerörterten Begriff von Postwertzeichen fällt. Damit sind die äußersten Grenzen dieses Sammelgebietes bereits gegeben. Wie weit aber ein Sammler innerhalb dieses Gebietes gehen will, das ist ganz seine Sache und kann ihm natürlich von Niemandem vorgeschrieben werden. Ein Lehrbuch kann in dieser Richtung nur Ratschläge geben, und das soll in folgendem geschehen.

Es giebt heute bereits eine so große Anzahl von Postwertzeichen, daß es sehr bedeutender Mittel bedarf, um eine annähernd vollständige Sammlung zusammenzubringen. Dies hat seit ungefähr zehn Jahren dazu geführt, daß sich ein ansehnlicher Teil der Sammler auf das Sammeln bestimmter Abteilungen von Postwertzeichen beschränkt. Man nennt solche Sammler Spezialsammler, im Gegensatze zu den Generalsammlern, welche das Sammeln auf alle Postwertzeichen der Erde ausdehnen. Die Ersteren gehen hierbei von der Ansicht aus, daß eine Sammlung ihrem Zwecke um so mehr entspricht und um so wertvoller wird, je mehr sie sich der Vollständigkeit nähert, und daß daher eine Vollständigkeit auf einem beschränkten Gebiete der Lückenhaftigkeit einer Generalsammlung vorzuziehen sei. Hierzu kommt noch, daß eine genaue Kenntnis aller Postwertzeichen heute kaum mehr möglich ist, während man ein beschränktes Gebiet vollkommen beherrschen kann. Die

Spezialsammler genießen hierbei den weitern Vorteil, daß sie sich jenes Gebiet auswählen können, auf dem sie vermöge Neigung oder zufälliger Umstände (vielseitige Verbindungen ꝛc.) Aussicht haben große Resultate zu erzielen. Was nun die Gebiete der Spezialsammler betrifft, so lassen dieselben die größte Mannigfaltigkeit zu. Wohl in den meisten Fällen legt sich der Spezialsammler eine räumliche Beschränkung auf, d. h. er sammelt nur die Postwertzeichen eines oder mehrerer Erdteile oder gar nur einzelner Länder. Daß seine Auswahl dabei eine sehr große ist, braucht nicht erst hervorgehoben zu werden. Weniger häufig ist wohl die Beschränkung auf gewisse Gattungen von Postwertzeichen, z. B. auf aufklebbare Postmarken allein, oder auf Postkarten allein, oder auf Ganzsachen allein. Diese beiden Beschränkungen können auch kombiniert werden, indem beispielsweise Jemand nur die Marken, ein Anderer nur die Ganzsachen Europas, ein Dritter nur die Postkarten oder Briefumschläge bestimmter Länder u. s. w. sammelt. Am seltensten ist wohl die Beschränkung auf die Postwertzeichen einer bestimmten Zeitperiode, z. B. auf die Zeit von 1840—1890 oder dergl.

Jede solche Beschränkung hat ihre Berechtigung und kann, wenn sie mit Verständnis getroffen wird, zu schönen Resultaten führen.

Was aber von jedem Sammler gefordert werden kann, ist, daß er sich bei Zeiten entschließe, ob und welche Beschränkung er sich beim Sammeln auferlegen will. Dies liegt in seinem eigenen Interesse, damit er seine ganze geistige und finanzielle Kraft auf das erwählte Gebiet konzentriere und nicht Zeit und Geld für die Erwerbung von Postwertzeichen aufwende, die ihm später überflüssig werden.

Hat sich ein Sammler das Sammelgebiet erwählt, dann steht er vor einer zweiten Entscheidung, die von nicht minderer Wichtigkeit ist. Sie betrifft die Frage, welche Unterschiede er berücksichtigen will. Auch darüber soll er sich aus dem oben erwähnten Grunde schon beim Beginn

klar sein. Diese Entscheidung ist aus dem Grunde sehr wichtig, weil es sich hierbei um mehrere tausende von Sammelobjekten handeln kann, die er entweder in sein Sammelgebiet einbezieht oder daraus ausscheidet. Die Unterschiede, die hierbei in Frage kommen, liegen bei den aufklebbaren Marken in der Farbe, im Papier, im Wasserzeichen und in der Umrandung, bei den Ganzsachen im Format, in der Farbe und Beschaffenheit des Papieres, im Klappenstempel, im Schnitt, in der Gummierung und im Vordrucke. Bei Sammlern, welche die Ganzsachen nur im Ausschnitte sammeln, fallen, mit Ausnahme der Farbe und Beschaffenheit des Papieres, alle anderen Unterschiede naturgemäß weg.

Da dieses Buch vornehmlich für kleine und mittlere Sammler bestimmt ist, so wollen wir uns darauf beschränken anzuführen, welche Unterschiede von diesen berücksichtigt werden mögen, wobei wir jedoch schon im voraus bemerken, daß wir nur Generalsammler, oder doch Sammler, welche mindestens die Postwertzeichen eines ganzen Erdteiles sammeln, vor Augen haben.

1. Kleine Sammler mögen alle obigen Unterscheidungen außer acht lassen. Sie werden auch ohnehin schwere Mühe haben, ihre Sammlungen zu vervollständigen. Wollen sie schon ja eine dieser Unterscheidungen berücksichtigen, so mögen es die Wasserzeichen sein, deren Verschiedenheiten von höchstem philatelistischen Interesse sind und die nur in den seltensten Fällen einem bloßen Zufalle ihr Dasein verdanken. Bei den Ganzsachen bewirken Format, Klappenstempel und Schnitt häufig die größten Preisunterschiede.

2. Mittlere Sammler mögen bei den aufklebbaren Marken von den obigen Unterschieden das Wasserzeichen und die Umrandung, bei den Ganzsachen das Format, die Farbe und Beschaffenheit des Papieres berücksichtigen, die Beachtung aller anderen Unterschiede aber den großen Sammlern überlassen. Was die Umrandung anbelangt, so sollten aber selbst die mittleren Sammler nur an den drei

Hauptarten, ungezähnt, durchstochen und gezähnt, festhalten, dagegen die feineren Unterscheidungen des Durchstiches, der Anzahl der Zähne und deren Form ꝛc. übergehen. Daß es nicht Aufgabe der mittleren Sammler sein kann, Fehldrucke, Kuriosa und dergl. zu sammeln, braucht wohl nicht erst gesagt zu werden. Farbennuancen und Varietäten verdanken zumeist nur dem Zufalle ihr Dasein und haben daher nur geringes philatelistisches Interesse.

Das Sammeln von Marken auf Brief oder auch nur auf Briefstück verteuert das Sammeln ganz bedeutend und kann deshalb kleinen und mittleren Sammlern nicht angeraten werden. Entscheidet man sich aber doch für eine dieser Sammelarten, dann ist die erstere weitaus vorzuziehen, denn nur der ganze Brief bietet ein volles und klares Bild des ganzen Lebenslaufs des darauf haftenden Postwertzeichens, während das Briefstück immer ein Torso bleibt.

Endlich können wir das in neuester Zeit sehr in Aufschwung gekommene Sammeln von Marken mit oder nach verschiedenen Entwertungsstempeln nicht unerwähnt lassen. Bei einer solchen Sammlung ist nicht mehr das Postwertzeichen, sondern der Entwertungsstempel das eigentliche Sammelobjekt. Da nun der Entwertungsstempel kein Postwertzeichen ist, in eine Postwertzeichensammlung aber nur verschiedene Postwertzeichen gehören, so ergiebt es sich von selbst, daß wir es bei diesem Sammeln mit einer Nebensammlung, und zwar mit einer Nebensammlung postalischen Charakters zu thun haben, mit der sich dieses Lehrbuch nicht zu beschäftigen hat, womit jedoch nicht bestritten werden soll, daß eine solche Nebensammlung auch für die Philatelisten interessant und lehrreich sein kann.

Von der Erwerbung der Postwertzeichen.

Die Postwertzeichen sind, so lange sie in Geltung und noch ungebraucht sind, ein Wertpapier, welches im Handelsverkehre der Völker allgemein als Zahlungsmittel

für kleinere Beträge verwendet wird. Ja, es giebt Beispiele, daß sie sogar im inländischen Tagesverkehre (wie in den Vereinigten Staaten von Nordamerika) als Zahlung gegeben und genommen wurden.

Außer Kurs gesetzte, wenn auch ungebrauchte, sowie alle gebrauchten Postwertzeichen galten wohl, ehe das Briefmarkensammeln allgemeine Verbreitung gewann, als wertlos, jetzt haben auch sie einen gewissen Sammelwert und sind dadurch in den Kreis der wirtschaftlichen Güter getreten. Als solche unterliegen sie auch in Bezug auf ihre Erwerbung den Bestimmungen des bürgerlichen Rechtes. Man unterscheidet daher zunächst eine unentgeltliche und eine entgeltliche Erwerbung. Die erstere zerfällt in eine originäre (Occupation, Fund) und eine derivative (Schenkung, Erbanfall), jenachdem es sich um die Aneignung einer freien, herrenlosen Marke, oder um die gegenleistungsfreie Überkommung derselben von ihrem bisherigen Eigentümer handelt. Die letztere kann unter den verschiedensten Rechtstiteln erfolgen.

Indem aber bei der Erwerbung von Postwertzeichen doch nur zumeist drei Erwerbungsarten, nämlich der Fund, der Tausch und der Kauf, in Frage kommen, so sollen auch nur diese hier eingehender behandelt werden. Wir beginnen mit dem

Funde.

Mit einem vollen Beutel ist heute leicht eine große Sammlung beschafft. Es giebt zur Zeit kein größeres Inseratenblatt, in welchem sich nicht Verkaufsanzeigen mittlerer und größerer Sammlungen vorfinden. Wenn nun auch dem Ankaufe einer kleinen Sammlung nicht geradezu entgegengetreten werden will, insofern der Sammler damit von dem zeitraubenden Sammeln der geringwertigsten Allerweltsmarken befreit und sozusagen in medias res versetzt werden soll, um dann um so eifriger mit dem Sammeln der besseren

Marken beginnen zu können, so muß doch anderseits von dem Ankaufe einer größeren, kostspieligeren Sammlung abgeraten werden, weil dem Sammler dann thatsächlich nichts mehr übrig bleibt, als sich die fehlenden Seltenheiten wieder durch Kauf zu verschaffen, wodurch er zwar einerseits auf die einfachste und schnellste Art in den Besitz einer größeren Sammlung gelangt, anderseits aber auch aller Leiden und Freuden des kleinen, nur über beschränkte Mittel verfügenden Sammlers, also der eigentlichen Sammler-Romantik verlustig geht. Dieses Buch ist in erster Linie dem eigentlichen Sammler gewidmet, der durch seine eigene Thätigkeit, durch eigenes Forschen und Suchen seine Sammlung zu vergrößern strebt, und diesem sollen hier Fingerzeige gegeben werden, in welcher Weise er sein Ziel mit mäßigen Mitteln erreichen kann.

Eine Seltenheit, die ein Sammler selbst findet und unter altem Kram und Gerümpel aufstöbert, wird ihm mehr Freude und Genugthuung gewähren, als ein Haufe mit teurem Gelde angekaufter Sachen, denn er wird das Bewußtsein haben, einen wertvollen Gegenstand der Vernichtung entzogen und so das Nationalvermögen vor einem Verluste bewahrt zu haben.

Es muß nun zwar allerdings zugegeben werden, daß heute das Auffinden von Markenseltenheiten aus längstvergangenen Zeiten nicht mehr so leicht ist, als es noch vor zwanzig Jahren der Fall war, weil die über die ganze Erde verbreiteten Philatelisten mit Ameiseneifer Archive und Registraturen durchsucht und geplündert haben, allein die Erfahrung lehrt, daß doch noch täglich derlei Funde gemacht werden. Wie viele Korrespondenzen großer Handelshäuser, oder auch kleinerer Kaufleute in wenig bevölkerten, abgelegenen Orten, wie viele Privatbriefschaften von Gelehrten, Schriftstellern, wie viele Registraturen von Körperschaften, Klöstern, Fabrikunternehmungen, Gutsverwaltungen ꝛc. wurden noch von keinem sachkundigen Auge durchforscht, und bieten noch philatelistische Fundgruben. Auch bei Antiquaren, Trödlern,

Sonderlingen mag noch mancher philatelistische Schatz vergraben sein, der seines Entdeckers harrt. Das Suchen nach verborgenen Seltenheiten muß also dem Sammler auch noch heute empfohlen werden.

Aber nicht nur unter den alten Postwertzeichen finden sich Seltenheiten, auch unter den Postwertzeichen neuester Zeit giebt es solche. Man denke nur an die vielen modernen Provisorien, die oft nur ganz kurze Zeit verausgabt werden und über Nacht im Preise hinaufschnellen. Aufmerksamen Sammlern wird es nicht selten gelingen, bei einem Freunde oder Bekannten ein solches Provisorium der Neuzeit zu entdecken und sich kostenlos zu verschaffen. Dazu ist es aber allerdings notwendig, sich über die Ausgabe solcher Provisorien auf dem Laufenden zu erhalten, was durch eifriges Lesen der philatelistischen Fachblätter geschehen kann. Auch die hohen Werte neuerer und selbst neuester Emissionen sind stückrar und verlohnen der Mühe, daß man Freunde und Bekannte in Bewegung setzt, um sie aufzutreiben. Wem Verbindungen in großen Hafenplätzen, mit Konsulaten und Gesandtschaften zu Gebote stehen, wird sich manch seltenes Postwertzeichen zu erobern wissen. Welche Menge von Postwertzeichen strömt nicht in Papierfabriken der Stampfe zu! Wer offene Augen und einigen Spürsinn hat, dem kann der Markenfund auch noch heute eine lohnende Ausbeute bieten.

Tausch.

Obenan steht der Fund, ihm zunächst kommt der Tausch, das ist die Erwerbung von Postwertzeichen gegen Postwertzeichen. Der Tausch ist die Seele des philatelistischen Verkehrs und die landläufigste Erwerbungsart von Postwertzeichen. Jeder Sammler wird im Laufe der Zeit von einzelnen Postwertzeichen mehrere Exemplare erwerben. Eines derselben wird er seiner Sammlung einverleiben, die übrigen, man nennt sie Doubletten, Duplikate, bilden das

Tauschmaterial. Dieses zu vergrößern sei der Sammler stets bedacht. Dabei darf er keine Marke, und sei sie noch so gewöhnlich, für zu gering halten. Auch die allergewöhnlichste Schundware findet, wenn auch nicht in einzelnen Stücken, so doch im Dutzend, im Hundert oder Tausend ihre Abnehmer und der Sammler wird sie um so eher zu verwerten in der Lage sein, wenn er dafür nicht Cassa, sondern nur Marken begehrt. Schon manches kostbare Stück ist im Tausche gegen Schundware erworben worden. Der junge Sammler mache es sich daher zur Gewohnheit, alle auf seinen und seiner Angehörigen Briefen vorkommenden Marken, eventuell die ganzen Briefumschläge oder Postkarten zu sammeln, um sie dann bei gelegener Zeit im Tausche zu verwerten. Hierzu wird sich ihm, sobald er eine größere Quantität angehäuft hat, leicht die Gelegenheit bieten, da fast jede Nummer der großen Inseratenblätter Nachfrage nach Schundware bringt. Die besseren Doubletten verwende er zum Tausche mit anderen Sammlern.

Welche Bedeutung in der Philatelie dem Tauschverkehre beigemessen wird, ergiebt sich daraus, daß fast alle größeren Briefmarkensammlervereine die Einrichtung einer Tauschverbindung besitzen, welche dazu bestimmt ist, die Verwertung der Doubletten ihrer Mitglieder im Austausche, sei es nun zwischen den einzelnen Mitgliedern, sei es mit anderen Vereinen, zu fördern, ja daß es sogar Vereine, wie z. B. die Elberfelder Tauschvereinigung, giebt, die nur Tauschzwecke verfolgen. In welcher Weise die Tauschvereinigungen der Vereine vorgehen, ist aus deren Statuten zu ersehen und braucht daher hier nicht erörtert zu werden. Dagegen wollen wir uns mit dem Tausche zwischen einzelnen Sammlern etwas näher befassen. Die Klippe, an der der Tausch mit einzelnen Sammlern so häufig scheitert, liegt in der Regel im großen Zeit- und Portoaufwand, der damit, jedoch nur dann verbunden ist, wenn er unpraktisch oder irrationell betrieben wird. Bis festgestellt wird, was den Tauschenden fehlt, was sie abgeben können und welche

Preise sie für ihre Doubletten fordern, sind Monate verflossen, Dutzende von Briefen gewechselt worden u. s. w., so daß, wenn das eigentliche Tauschgeschäft beginnen soll, alle Lust und Energie dazu erstorben ist. Dies zu vermeiden, gehe man folgendermaßen vor. Man verfaßt zunächst ein alphabetisches, nach Marken und Ganzsachen gesondertes Verzeichnis aller seiner Doubletten, wobei man sich am besten einer oder der andern der bestehenden Markenlisten von J. H. Dauth in Frankfurt a. M. oder der Gebrüder Senf in Leipzig bedienen kann, bezeichnet Marken, von denen man Duplikate abzugeben hat, mit einem Zeichen, versieht diejenigen Marken, deren Doubletten ungebraucht sind, mit einem Sternchen *, und setzt die Preise, die man dafür fordert, daneben. Dieses Verzeichnis sendet man an den Tauschfreund mit dem Ersuchen um ein gleiches Verzeichnis seinerseits und um gleichzeitige Mitteilung, was er von den Doubletten des ihm übermittelten Verzeichnisses brauchen könne. Sobald der Tauschfreund diesem Ansuchen entsprochen hat, weiß man, was er abzugeben hat, wie viel er für jedes Postzeichen fordert und was ihm von den eigenen Doubletten fehlt. Mit einmaligem Briefwechsel ist man auf diese Weise in der Lage, den Tauschfreund, natürlich so weit das eigene Material reicht, gänzlich auszunützen. Setzen wir den Fall, daß der Tauschfreund Doubletten für 500 Mark besitzt und von den ihm angebotenen Doubletten für 100 Mark brauchen kann, während der den Tausch antragende Sammler aus den Doubletten des Tauschfreundes solche im Werte von 125 Mark verwenden kann, so wird der den Tausch Antragende dem Tauschfreunde alle Doubletten, die jener verwenden kann, zur Auswahl einsenden und ihn ersuchen, sich dafür um 100 Mark Doubletten auszuwählen und den Rest zurückzusenden, gleichzeitig aber die demselben zu bezeichnenden Doubletten im gleichen Betrage beizulegen. Kleine Differenzen können dabei eventuell bar oder durch kursierende ungebrauchte Marken ausgeglichen werden. Mit dem zweiten Briefwechsel ist in dieser Weise das

Geschäft beendet, und jeder hat die Tauschkraft des andern bis zur Höhe der eigenen Tauschkraft vollständig ausgenützt. Nun wendet man sich an einen zweiten, dritten Sammler ꝛc.

Konvenieren die Tauschpreise des Tauschfreundes nicht durchgehends, so wählt man nur jene Doubletten, deren Preise man annehmbar findet. Zur Vereinfachung empfiehlt es sich, sich vorher über die Preise eines bestimmten Kataloges zu einigen.

Besitzt man eine sehr große Anzahl von Doubletten, so ist es ratsam, sich zwei Doublettenverzeichnisse anzulegen, von denen das eine die Doubletten der Länder von A-M, das zweite jene der Länder von N-Z enthält. Auf diese Weise kann man gleichzeitig mit zwei Sammlern tauschen und wechselt dann eventuell mit den Doublettenlisten. Nach jedem beendeten Tauschgeschäfte werden die Doublettenverzeichnisse berichtigt (die vertauschten Doubletten ausgestrichen) und beziehungsweise ergänzt. Selbstverständlich wird man sich, wenn man Doubletten zur Auswahl sendet, ein Verzeichnis dessen anlegen müssen, was man versandt hat. In wie weit es weniger bekannten Sammlern gegenüber geraten ist, die Doubletten, wenigstens die selteneren, mit einem Erkennungszeichen zu versehen, um unter Umständen einen absichtlichen oder unabsichtlichen Austausch feststellen zu können, muß in jedem einzelnen Falle dem Ermessen des Sammlers überlassen bleiben.

Beim Tausche wolle der Sammler darauf Bedacht nehmen, daß es nicht vorteilhaft ist, Seltenheiten gegen einfache Sachen auszutauschen. Der wohl mathematisch richtige Satz: 20 Mark sind gleich 40 mal 50 Pfennige gilt in der Philatelie nicht.

Handelt es sich nämlich einmal um den Verkauf der Marken, so wird man für die Seltenheit im Werte von 20 Mark immer Käufer finden, die annähernd diesen Preis bieten werden, nicht aber für die vierzig Marken zu je 50 Pf. Seltenheiten sollen also nur wieder gegen Seltenheiten ausgetauscht werden.

Was die Haftung für die Echtheit der einzutauschenden Marken anbelangt, so ist dieselbe zwar im Gesetze begründet, allein es ist doch ratsam, sich diese Haftung schon von vornherein ausdrücklich gegenseitig zuzusichern. Dagegen ist ein Tausch oder Kauf von Briefmarken wegen Verletzung über die Hälfte (laesio ultra dimidium) nicht anfechtbar, weil es sich hierbei um einen Liebhaberwert (pretium affectionis) und nicht um den gemeinen Wert der Sache handelt.

Bei dieser Gelegenheit sei noch erwähnt, daß eine Versendung von Postwertzeichen, gleichgültig ob entwertet oder nicht, als Drucksache zu ermäßigter Taxe seit 1. April 1879 weder im deutsch-österreichischen, noch im Weltpostverkehr gestattet ist. Postkarten, jedoch nur solche, die keinen Wertstempel aufweisen, können, wenn sie ungebraucht sind, als Drucksachen, wenn sie gebraucht sind als Geschäftspapiere nach allen Staaten Europas, mit Ausnahme von Österreich-Ungarn, unverschlossen zur ermäßigten Taxe verschickt werden. Es scheint, daß die allzu große Belastung der Post mit derlei Sendungen zu diesen Einschränkungen geführt hat. Ganz besonderer Vorsicht bedarf es bei Postwertzeichensendungen nach Rußland, weil der Postverkehr mit diesem Lande vielfältigen Beschränkungen unterliegt, die zudem so oft wechseln, daß es jedem Sammler geraten werden muß, sich über dieselben vorkommenden Falls genau zu unterrichten.

Kauf.

Die ultima ratio des Sammlers sei der Kauf. Kann ein Postwertzeichen auf keine andere Weise beschafft werden, dann erübrigt allerdings nichts anderes, als es zu kaufen. Beim Kaufe hat man folgendes zu beobachten:

Man kaufe nur außer Kurs gekommene Postwertzeichen, von denen erwiesen ist, daß sie thatsächlich offiziell verausgabt worden sind. Ehe das nicht feststeht, gebe man sein Geld für solche zweifelhafte Dinger nicht aus. Ebenso zurückhaltend

sei man mit dem Ankaufe von Novitäten, insbesondere der höheren Werte einer neuen Markenserie, mögen sie im Augenblicke noch so selten sein, denn zumeist sinken derlei Marken nach einem mäßigen Zeitraume um die Hälfte und noch mehr im Preise. Besondere Vorsicht ist beim Ankaufe von Aufdruckprovisorien und Fehldrucken geboten, weil es sich häufig erst nach längerer Zeit herausstellt, daß es, wenn auch nicht gerade Schwindelprodukte, so doch Spielereien der Postbehörden sind. Dagegen können alte Marken, deren Existenz und Lebenslauf schon längst außer Zweifel steht, mit Beruhigung gekauft werden, weil sie ihren Sammelwert nicht so leicht einbüßen. Von großem Werte ist es hierbei, von dem Schicksale der bei Einziehung des betreffenden Postwertzeichens vorhanden gewesenen Restbestände unterrichtet zu sein. Sind die Restbestände entweder vernichtet worden, oder waren überhaupt keine nennenswerten Restbestände vorhanden, so ist ein Wertsrückgang nicht zu besorgen, im entgegengesetzten Falle aber kann es geschehen, daß die Restbestände an Händler veräußert werden, und daß die heute für Seltenheiten geltenden Marken binnen kurzem häufig werden.

Weiter mache man es sich zum Grundsatze, nur von größeren, wohlaccreditierten Firmen zu kaufen. Das bietet den Vorteil, daß man darauf rechnen kann, nur echte Originale zu erhalten, und daß man, wenn ja einmal das Gegenteil vorkommt, Regreß suchen kann und ihn auch findet.

Jedenfalls lasse man sich, und zwar beim Kaufe noch mehr als beim Tausche, zusichern, daß die erkauften Marken nicht nur echt, sondern daß sie auch Originale und keine Neudrucke sind. Ein Akt der Vorsicht ist es ferner, bei dem Erwerb seltener Marken, sei es im Wege des Tausches oder des Kaufes, eine Aufzeichnung darüber zu führen, wann und von wem man ein Postwertzeichen erworben hat, damit man, wenn es sich eventuell später um einen Anspruch auf Gewährleistung handelt, mit Sicherheit auftreten kann.

Von Gelegenheitskäufen, worunter Käufe unter ausnahmsweise günstigen Bedingungen verstanden werden, abgesehen, soll der Sammler es sich zum Grundsatze machen, nur in längeren Zeitabschnitten zu kaufen, inzwischen aber den Fond dazu zu sammeln. Kann der Sammler nämlich mit einem höheren Betrage den Markt betreten, dann wird er auch weit günstigere Bedingungen (größeren Rabatt) erzielen und außerdem an Porto sparen.

Im allgemeinen kaufe man nur Seltenheiten, denn die gewöhnlicheren und auch viele besseren Marken wird man sich entweder kostenlos oder durch Tausch zu verschaffen in der Lage sein. Was die Erwerbung neu verausgabter Postwertzeichen betrifft, so seien die Sammler aufmerksam gemacht, daß die größeren Vereine außer den Tauschverbänden in der Regel auch Kaufsvereinigungen besitzen, welche sich wohl meist auf die Erwerbung neu erscheinender Postwertzeichen beschränken, zuweilen aber auch den Ankauf älterer Marken besorgen. Durch diese Vereinigungen wird man sich so manche seltene Marke zu billigem Preise verschaffen können.

Die größte Schwierigkeit liegt beim Kaufen darin, preiswert zu kaufen. Seltene Marken haben keinen festen Kaufswert, schwanken daher nicht nur sehr im Preise, sondern werden oft zu gleicher Zeit von verschiedenen Händlern zu wesentlich verschiedenen Preisen angeboten. Da kann wohl nur langjährige Erfahrung und häufiges Lesen von Spezialofferten der Händler den Sammler vor Schaden bewahren. In den meisten Fällen wird übrigens die Differenz in den Preisofferten verschiedener Händler in der Beschaffenheit der Marke, die ein Händler abzugeben hat, ihre natürliche Erklärung finden. Eine und dieselbe Seltenheit, sehr schön erhalten, kann und wird oft um mehr als ein Dritteil, ja vielleicht um die Hälfte teurer und auch wertvoller sein, als ein beschmutztes, durch den Entwertungsstempel allzu sehr verunstaltetes, oder gar beschädigtes Exemplar. Bei Marken, die ungezähnt viel seltener sind als gezähnt oder durchstochen, wird es wesentlich darauf

ankommen, wie breite Ränder (worunter man den Raum außerhalb des eigentlichen Markenbildes versteht) sie besitzen. Bei Marken, die mit verschiedenen Wasserzeichen vorkommen, ist es von Wichtigkeit, daß sich das Wasserzeichen leicht und sicher feststellen läßt, u. s. w.

Man soll daher Postwertzeichen überhaupt und insbesondere wertvollere erst dann definitiv ankaufen oder ertauschen, wenn man sie gesehen hat. Häufig kultiviert ein Händler Postwertzeichen eines oder einiger bestimmten Länder oder einer bestimmten Gattung (z. B. Ganzsachen) und ist dann in der Lage, für dieselben ausnahmsweise billige Preise zu stellen. Der Sammler wird daher gut thun, auch darauf zu achten.

Wie soll gesammelt werden?

Nachdem wir erörtert, was gesammelt werden soll, wollen wir auch der Frage näher treten, wie gesammelt werden soll. Hierbei kommen hauptsächlich zwei Punkte in Betracht:

Sollen die Postwertzeichen gebraucht oder ungebraucht gesammelt werden? und: Ist es zulässig, die sogenannten Ganzsachen im Ausschnitte zu sammeln?

In Rücksicht auf beide Fragen, welche von den Philatelisten vielfach erwogen worden sind und es noch werden, muß, wie bei der Frage: was soll gesammelt werden, erwähnt werden, daß es sich auch hier nicht um die Aufstellung von Gesetzen oder Geboten, sondern nur darum handelt, was mehr empfohlen werden kann.

Was die erste Frage anbelangt, so muß sich der Verfasser zu der Ansicht bekennen, daß das Sammeln gebrauchter Postwertzeichen vorzuziehen sei, und zwar aus folgenden Gründen.

Das Postwertzeichen, welches seinen Beruf erfüllt hat, und man könnte sagen die Spuren davon noch an sich trägt

ist gewiß ein weit interessanteres Objekt, als sein Berufsgenosse, der unmittelbar aus seiner Erzeugungsstätte in die Sammlung wandert.

Man stelle einen frisch in die Uniform gesteckten Soldaten und anderseits einen Krieger vor, der eben aus der Schlacht kommt, so wird sich das allgemeine Interesse sicherlich dem Letztern zuwenden. Das ungebrauchte Postwertzeichen wird allerdings viel schmucker aussehen, aber es wird den Beschauer trotzdem weniger fesseln, als die gebrauchte Marke, die lebendiges Zeugnis über die Wanderung ablegt, die sie zurückgelegt hat, und die ein treuer Bote aus fernen Landen ist. Die letztere hat bewiesen, daß sie gebrauchstüchtig ist, daß sie überall Anerkennung gefunden und daß sie ihre Aufgabe erfüllt hat, während die erstere einen solchen Beweis vorläufig noch nicht erbracht hat. Außerdem geben gebrauchte Postwertzeichen auch über die Entwertungsmethoden und -Arten Aufklärung, was bei den ungebrauchten nicht der Fall ist, und wirken in geographischer Beziehung belehrender als die ungebrauchten, da ihre Abstempelungen die Orte angeben, von denen aus sie ihre Reise angetreten haben. Endlich ist auch das finanzielle Ersparnis nicht zu unterschätzen, welches das Sammeln gebrauchter Postwertzeichen gewährt, da ja hierbei der oft nicht unbedeutende Postwert nicht mit bezahlt zu werden braucht. Bei den Ganzsachen kommt noch das weitere Moment hinzu, daß dieselben ein getreues Bild der postalischen Behandlung bieten, der sie sich unterziehen mußten, und daher auch über den Weg Aufschluß geben, den sie zurückgelegt haben, sowie über ihre Reiseroute. Welchen andern Grund hätte sonst das seit neuerer Zeit so sehr in Aufschwung gekommene Sammeln der Marken auf Brief.

Das Sammeln der Postwertzeichen im ungebrauchten Zustande hat dagegen allerdings den Vorteil, daß sich dieselben bei ihrer Aufnahme in die Sammlung in ganz tadellosem Zustande befinden, daß insbesondere Typenverschiedenheiten, Anzahl der Zähne, Art des Durchstiches, selbst Farbe

und Gummierung klarer und sicherer zu erkennen sind, allein dieser eine Vorteil kann nicht als überwiegend angesehen werden.

Es könnte zwar der Einwand erhoben werden, daß die gebrauchten Marken nicht immer im Werte niedriger stehen als die ungebrauchten, und daß es daher mitunter kostspieliger sei, gebrauchte, als ungebrauchte Exemplare zu sammeln; allein das ist doch nur in einer verschwindend kleinen Anzahl von Fällen richtig und daher nicht geeignet, einen Gegenbeweis gegen die Ansicht des Verfassers zu bilden. Es kommt nämlich vor, daß die Postwertzeichen kleiner Länder mit sehr beschränktem Postverkehr, wie z. B. Bergedorf, Helgoland, Monaco, oder Postwertzeichen, die nur kurze Zeit in Geltung standen, weit seltener in gebrauchtem als in ungebrauchtem Zustande vorkommen, weil die Sammler zumeist durch Ankauf der ungebrauchten Stücke bei den Postämtern damit versorgt werden, oder weil größere Restbestände in die Hände der Händler geraten, und daß in solchen Fällen gebrauchte Exemplare gesuchter sind als ungebrauchte — indem der Sammler immer das seltener vorkommende dem häufiger vorkommenden vorzieht; allein derlei Fälle zählen doch nur zu den Ausnahmen und können nicht maßgebend sein. In solchen Fällen mag der Sammler immerhin die Marken ungebraucht sammeln, so wie es ja überhaupt nicht notwendig ist, daß alle Postwertzeichen entweder nur gebraucht oder nur ungebraucht gesammelt werden, sondern es sich vielmehr empfiehlt einen oder den andern der niederen Werte einer Markenserie der Sammlung in ungebrauchtem Zustande einzuverleiben, damit der Beschauer bei jeder Markenserie ein Markenbild ganz rein und deutlich vor sich sieht. Große Sammler pflegen übrigens von jeder Marke zwei Exemplare, eines ungebraucht und eines gebraucht, zu sammeln und in der Sammlung nebeneinanderzustellen.

Schwieriger ist die zweite Frage in betreff der Ganzsachen zu beantworten. Diese bilden nur in ihrer Totalität das Postwertzeichen. Der Wertstempel allein kann als solches

nicht angesehen werden, was sich schon daraus ergiebt, daß Ausschnitte des Wertstempels aus Postkarten, Postanweisungen u. s. w. zur Frankierung nicht verwendet werden dürfen und daß nur bei Briefumschlägen von einzelnen Staatsverwaltungen ausnahmsweise eine solche Verwendung gestattet oder, vielleicht richtiger ausgedrückt, geduldet worden ist. Man kann also mit Recht behaupten, daß derjenige, der nur Ausschnitte sammelt, nicht Postwertzeichen, sondern nur Teile derselben sammelt. Es wird demnach das Sammeln von Ganzsachen in unbeschnittenem Zustande weitaus vorzuziehen und zu empfehlen sein und zwar insbesondere bei Postkarten, Postanweisungen, Postpaketadressen und überall dort, wo der Vordruck (Text) eine wichtige Rolle spielt. Besonders bei Postkarten ist von großer Bedeutung die äußere Ausstattung, welche beim Ausschnittsammeln gar nicht oder nur in höchst ungenügender Weise zur Erscheinung kommt.

Nichtsdestoweniger kann das Sammeln von Ausschnitten, besonders von Briefumschlägen und Streifbändern, bei denen der eigentliche Wertstempel der ungleich wichtigste Teil ist, nicht verworfen werden. Dieses Zugeständnis muß wohl der Praxis gemacht werden. Die Briefumschläge wurden ursprünglich überhaupt nur im Ausschnitte gesammelt, und auch die Alben führten dieselben nur im Ausschnitte auf. Erst seit ungefähr Mitte der siebziger Jahre macht sich eine Strömung zu Gunsten des Sammelns der Ganzsachen in unbeschnittenem Zustande geltend, welche allerdings seither und zwar mit Recht Oberwasser gewonnen hat. Allein das langjährige und zwar anfänglich ausschließliche Ausschnittsammeln hatte zur Folge, daß sich im Laufe der Zeit ein ungeheures Material an Ausschnitten angesammelt hat, und daß sich darunter gerade die ältesten und seltensten Briefumschläge befinden, während es an ganzen Stücken sehr gebricht. Wollte man daher mit einem Male das Sammeln der Ausschnitte ganz verpönen, so würden ungeheure Werte vernichtet werden, ohne daß in Bezug auf die älteren Ganz-

sachen ein Ersatz herbeigeschafft werden könnte, was kaum zu rechtfertigen sein würde. Das Sammeln von Ausschnitten wird und kann daher niemals ganz aufhören. Sammler, denen nicht unbeschränkte Mittel zu Gebote stehen, werden immer zu den Ausschnitten greifen müssen. Spezialsammler von Briefumschlägen, Postkarten u. s. w. werden dagegen dieselben allerdings nur in unbeschnittenem Zustande sammeln können, was auch thatsächlich geschieht, wenigstens ist eine Spezialsammlung von Ausschnitten noch gar nicht bekannt geworden.

Eine weitere, nicht minder schwer zu beantwortende Frage ist:

Ob Neudrucke in die Sammlungen aufzunehmen sind.

Neudrucke sind keine Postwertzeichen, weil sie von den Staatsverwaltungen nicht zum Zwecke der Erhebung oder der Kontrolle der Gebühren für postliche Dienstleistungen ausgegeben werden, sondern nur als Ersatzmittel derselben, geschaffen zu Sammelzwecken. Von diesem Standpunkte aus müßte deren Aufnahme in die Sammlungen nicht als richtig angesehen werden. Allein auch in dieser Frage hat sich die Praxis anders entschieden. Trotz der theoretischen Gründe, die für die Ausweisung der Neudrucke aus den Sammlungen geltend gemacht werden, werden dieselben doch in die Sammlungen zugelassen, und wird es kaum je gelingen, die Sammler davon abzubringen. Der Grund liegt eben in dem Mangel an Originalen. Wenn 100 000 Sammler ein seltenes Postwertzeichen wünschen und es haben sich davon überhaupt nur 50 000 Exemplare erhalten, so bleibt den anderen 50 000 Sammlern wohl nichts anderes übrig, als sich mit Neudrucken zu begnügen. Es ist zwar leicht, gegen die Neudrucke zu donnern, aber es ist viel schwerer, die Mittel anzugeben, mittels deren alle 100 000 Sammler in den Besitz von Originalen gelangen können. Da ist es nun doch noch immer weit besser, daß der Sammler, um

Lücken auszufüllen, sich Neudrucke beschafft, als daß er Facsimiles oder Nachahmungen in sein Album einklebt.

Man hört wohl vielfach den Grundsatz aussprechen, daß es ratsamer sei, eine Lücke, als einen Neudruck im Album zu haben, allein es giebt der Lücken eben zu viele, die ewig gähnen müßten, und da ist es wohl natürlich, daß der Sammler zu Ersatzmitteln seine Zuflucht nimmt, um dieselben zu beseitigen. Große Sammler bedürfen dieses Aushilfsmittels nicht, den kleinen und mittleren Sammlern darf es jedoch nicht verwehrt werden. Wohl aber muß gefordert werden, daß die Neudrucke im Album durch ein Zeichen als solche gekennzeichnet werden. Wenn der Sammler dies befolgt, dann läßt sich gegen die Aufnahme von Neudrucken kaum etwas einwenden. Doch aber sei den Sammlern ins Gedächtnis zurückgerufen, was im Ersten Teile dieses Buches schon gesagt wurde, daß es offizielle und private Neudrucke, und daß es von den letzteren welche giebt, die diesen Namen nicht mehr verdienen, sondern nur noch als Nachahmungen angesehen werden können, denen daher der Zutritt in die Alben unbedingt verweigert werden sollte. Hierher gehört weiter noch die Frage:

Ob sogenannte lädierte oder defekte Marken sammelfähig sind.

Lädiert nennt man eine Marke, wenn ihr ein Stück fehlt, wenn sie also einen Substanzverlust erlitten hat. Schon ein geringer Substanzverlust thut dem Sammelwerte einer Marke sehr großen Eintrag, ein größerer macht sie geradezu wertlos. Kann man bei einer Marke, von der es gezähnte oder durchstochene und ungezähnte Exemplare giebt, deren Umrandung nicht feststellen, weil der Rand um das Markenbild zu knapp abgeschnitten ist, so wird sie niemand kaufen, der diese Unterschiede beachtet. Hat sie ein Loch oder fehlt ihr eine Ecke u. dergl., so wird man häufig das Wasserzeichen oder die Type nicht feststellen können, und die Marke wird schwer verkäuflich sein. Wenn sie aber auch einen

Liebhaber findet, so wird verhältnismäßig nur sehr wenig dafür erzielt werden. Defekte Marken sind solche, die in anderer Weise beschädigt, z. B. angerissen, verwischt, beschmutzt, durch Fäulnis- oder Brandflecken verunstaltet sind u. s. w. Auch derlei Marken werden von allen Sammlern, welche in erster Linie auf Reinheit und Fehlerlosigkeit halten, zurückgewiesen werden. Dem jungen Sammler kann daher nicht warm genug ans Herz gelegt werden, sein Geld nur für Marken auszugeben, die ganz sind und sich in tadellosem Zustande befinden. Wenn aber schon bei größeren Seltenheiten eine Ausnahme gemacht wird, so möge sich der Sammler vor Augen halten, daß lädierte und defekte Marken verhältnismäßig weniger wert sind. Als Anhaltspunkt diene dem Sammler, daß beispielsweise eine Marke, die in tadellosem Zustande 50 Mark kostet, wenn ihr eine Ecke fehlt, höchstens 5—10 Mark wert ist. Außerdem aber ist noch zu berücksichtigen, daß eine einzige solche Marke geeignet ist, ein ganzes Blatt zu verunstalten. — Endlich ist hier zu erörtern:

Was sind Restbestände und welchen philatelistischen Wert haben dieselben?

Sobald eine Staatsverwaltung geltende Marken außer Kurs setzt, sei es, weil andere eingeführt werden, oder weil der Staat, der sie ausgegeben hat, zu existieren aufgehört hat (die italienischen Kleinstaaten, Hannover ꝛc.), oder weil bestehende Privilegien abgelöst wurden (Thurn und Taxis), so bleiben regelmäßig Postwertzeichen übrig, welche ihre Gültigkeit als Frankierungsmittel verloren haben. In früherer Zeit wurden derlei außer Kurs gesetzte Postwertzeichen einfach eingestampft, was natürlich nur einen geringen Erlös abwarf.

Seitdem jedoch das Briefmarkensammeln an Ausdehnung und Intensität zugenommen hat, verschmähen es die Regierungen nicht, die vorhandenen Vorräte der eingezogenen Postwertzeichen, die man Restbestände nennt, an Händler

zu veräußern, welche dieselben wieder an die Sammler absetzen. Alle diese Postwertzeichen sind natürlich ungebraucht und werden, da ihr Postwert erloschen ist, auch zu verhältnismäßig billigen Preisen abgegeben.

Selbst höhere Werte, welche früher seltener anzutreffen waren, kommen nun viel häufiger und in funkelnagelneuen Exemplaren vor. Diese Umstände machen die jüngeren und unerfahrenen Sammler, die zudem meist nur gebrauchte Marken sammeln, häufig stutzig und rufen in ihnen die Besorgnis wach, daß diese Marken Neudrucke oder Fälschungen seien, was dem Gesagten zufolge jedoch nicht richtig ist.

Was insbesondere Deutschland betrifft, so sei hier bemerkt, daß folgende in ungebrauchten Exemplaren vorkommenden Marken sämtlich Originale sind, herrührend aus derlei Restbeständen, nämlich:

Braunschweig die Marken der Emission 1865.
Deutsches Reich die Marken der Groschen- und Kreuzer-Währung.
Elsaß-Lothringen alle Marken mit richtig gestelltem Netzwerk.
Hamburg mit alleiniger Ausnahme jener zu $1\frac{1}{4}$, $1\frac{1}{2}$ und $2\frac{1}{2}$ Schilling.
Lübeck sämtliche Marken.
Mecklenburg-Schwerin und -Strelitz sämtliche Marken.
Norddeutscher Postbezirk die Groschen- und Kreuzer-Marken und alle Dienstmarken.
Oldenburg sämtliche Marken.
Preußen alle Marken mit dem Wappenbilde, welche auf Groschen und Kreuzer lauten.
Sachsen sämtliche Marken.
Schleswig-Holstein sämtliche Marken.
Thurn und Taxis alle Groschen- und Kreuzermarken mit Durchstich.

Was Bayern betrifft, so wurden die Restbestände der Marken der Kreuzerwährung, zusammen 3 998 701 Stück, im Nennwerte von 295 459 Gulden 25 Kreuzer an den

bekannten Händler G. Zechmeier in Nürnberg verkauft, welcher dafür 6000 Mark gezahlt haben soll.

Aber auch in anderen Ländern wurden die Restbestände an Händler veräußert, so von Corrientes, von Rumänien die Ausgaben von 1863 und 1865, die Suezkanalmarken, die Marken von Tolima und Cundinamarca, von Paraguay, Costa Rica, Guatemala, von Ägypten, von Helgoland ꝛc.

Selbst Ganzsachen teilten das gleiche Schicksal, wie z. B. die Postkarte von San Salvador.

Als in Ungarn im Jahre 1874 neue Postwertzeichen eingeführt wurden, gelangten die Restbestände an Couverts der Emission von 1871 in den Besitz eines Händlers, während die aus der Provinz rückströmenden Couverte mit der neuen 5 Kreuzer-Marke überklebt und so an das Publikum abgegeben und zur Verwendung im Postverkehre zugelassen worden sind. Die Schweizerische Postverwaltung hat Ende 1883 die Restbestände der letzten Emission in den philatelistischen Zeitungen (Schweizer Illustr. Briefm.-Zeitung V, Nr. 11) öffentlich zum Verkauf angeboten. Das Gleiche war mit den außer Kurs gesetzten Marken der britischen Kolonien von Westindien der Fall.

Alle diese, aus Restbeständen herrührenden Exemplare sind wirkliche Postwertzeichen und echte Originale und dürfen daher anstandslos in Sammlungen aufgenommen werden, denn so wie eine Marke, die außer Kurs gesetzt wird, nachdem sie sich schon in einer Sammlung befindet, deshalb nicht aufhört ein wirkliches Postwertzeichen zu sein, verlieren auch jene Marken diese Eigenschaft nicht, die sich im Augenblicke ihrer Außerkurssetzung in den Vorratskammern der Postverwaltungen befinden.

Von den sogenannten Hamilton-Marken.

Am 27. März 1889 schloß die Postverwaltung der centralamerikanischen Republik San Salvador mit der Hamilton-Banknote and Printing Co. in New York folgenden Vertrag ab:

Die besagte Gesellschaft verpflichtet sich, der Postverwaltung von San Salvador für die nächsten zehn Jahre die Postwertzeichen unentgeltlich zu liefern und zwar in jedem Jahre:
1 500 000 Marken zu 1, 2, 3, 5, 10, 20, 25, 50 Cents und 1 Dollar.
10 000 Postkarten zu 2, 2 + 2, 3 und 3 + 3 Cents.
25 000 Briefumschläge zu 5, 10, 11, 20 und 22 Cents und
10 000 Streifbänder zu 3, 6, $12^1/_2$ und 25 Cents.

Die Entwürfe müssen in jedem Jahre anders, und in Stahlstich künstlerisch hergestellt sein.

Als Vergütung für die Kosten der Herstellung überläßt die Postverwaltung der Gesellschaft mit Schluß jeden Jahres die vorhandenen Restbestände dieser Postwertzeichen, welche gleichzeitig außer Kurs zu setzen sind, und gestattet der Gesellschaft überdies von denselben nach Bedarf Neudrucke herzustellen, um sie an Sammler und Händler abzusetzen.

Ähnliche Verträge schlossen die weiteren amerikanischen Republiken Costa Rica, Nicaragua, Ecuador und Honduras ab.

Es liegt auf der Hand, daß dies eine Spekulation der Hamilton Co. auf den Säckel der Sammler ist, welche dadurch gezwungen werden sollen, alljährlich eine große Anzahl von Postwertzeichen dieser Länder zu kaufen und es ist die Besorgnis begründet, daß auch andere Staaten diesem Beispiele folgen werden. Indem aber offenbar gebrauchte Exemplare seltener und gesuchter sein werden, so liegt auch die weitere Gefahr vor, daß die Fälschung der Abstempelungen schwunghaft wird betrieben werden, daß man sich bemühen wird, Gefälligkeitsabstempelungen zu erlangen, und daß dadurch Unmoralität in die Kreise der Händler und Sammler getragen wird, was im Interesse des Briefmarkensammelwesens sehr zu bedauern bliebe.

Dennoch läßt sich gegen das Sammeln dieser Marken leider nichts einwenden, da es echte und rechte Postwertzeichen sind. Rücksichtlich der Neudrucke gilt natürlich das, was oben über das Sammeln von Neudrucken im allgemeinen gesagt ist. Übrigens ist vorauszusehen, daß die Gesellschaft

seinerzeit bestrebt sein wird, die Neudrucke im eigenen Interesse den Originalen möglichst getreu nachzubilden und daß sie schon jetzt daran denkt, sich das gleiche Papier dafür aufzubewahren.

Vom Bestimmen und Prüfen der Postwertzeichen.

Gelangt der Sammler in den Besitz neuer Marken, so ist es seine erste Aufgabe, dieselben zu bestimmen. In erster Linie wird er festzustellen haben, ob er es mit einem Postwertzeichen und nicht etwa mit einer Stempel-, Wechsel-, Telegraphen- oder sonstwelchen Fiskalmarke zu thun habe. Die weitere Feststellung betrifft das Land, aus dem sie stammt. Beides wird wohl heute dem Sammler, welchem Handbücher und Alben zu Gebote stehen, welche Illustrationen fast aller Postwertzeichen enthalten, kaum eine besondere Schwierigkeit bieten. In Kürze wird er sich die Markenbilder aus den Handbüchern und Alben und auch aus seiner eigenen Sammlung so in das Gedächtnis eingeprägt haben, daß er die Marken in Rücksicht auf das Land, dem sie angehören, auf den ersten Blick zu bestimmen in der Lage sein wird. Am schwierigsten ist die Klassifizierung der Marken der, England tributären, Vasallenstaaten in Ostindien, allein auch das wird an der Hand eines guten, mit Illustrationen ausgerüsteten Handbuches leicht gelingen. Vermag der Sammler das Bild einer ihm zur Bestimmung vorliegenden Marke, trotz der fleißigsten Vergleichung mit den Abbildungen seines Handbuches, nicht zu entdecken, dann liegt die Möglichkeit nahe, daß die Marke überhaupt kein Postwertzeichen ist. Dies wird in der Regel der Fall sein, wenn die Marke ähnliche Aufschriften trägt wie „Stamp Duty“ oder „Revenue“ oder „Telegraf“ u. s. w. Doch ist auch dieses Kennzeichen nicht untrüglich, weil es erstens Staaten giebt, die für Post- und Telegraphenwesen, oder für Post- und Steuerzwecke einheitliche Marken ausgeben (Großbritannien, Spanien), und weil anderseits die Verwendung von Stempelmarken zur

Brieffrankatur von manchen Staaten provisorisch zugelassen wird.

Trägt eine solche Marke eine Entwertung mittels Tintenstrichs, oder ist sie mit Worten oder Ziffern überschrieben, dann spricht die Wahrscheinlichkeit dafür, daß es kein Postwertzeichen ist. Bei den Ganzsachen wird ein solcher Zweifel naturgemäß weit seltener auftauchen und sich auch viel schneller lösen lassen. Die Privatpostwertzeichen werden sich von den offiziellen zumeist durch eine ihren privaten Charakter anzeigende Inschrift unterscheiden lassen.

Nach Feststellung des Landes schreite der Sammler zur Bestimmung der Ausgabe (Emission), der die Marke angehört, und hiermit beginnt das eigentliche Prüfen. Zunächst muß der Typus mit der Illustration im Handbuche übereinstimmen, wobei eine sehr genaue Vergleichung der beiden Markenbilder notwendig ist, weil es Emissionen giebt, die sich oft nur durch ein unscheinbares Detail von einander unterscheiden. So unterscheiden sich die Marken Portugals der Emission 1867—69 von jenen von 1870—73 nur durch die Form des über und unter dem Kopfe des Königs befindlichen Raumes, in dem sich die Wertangabe befindet. Die Marken der I. Emissionen von Portugiesisch Indien unterscheiden sich nur durch die Schriftart ihrer Inschriften und später durch einen kleinen Stern, der oberhalb der Wertziffer angebracht ist u. s. w. Ferner hat der Sammler das Papier, die Herstellungsart, die Umrandung, die Farbe, das Wasserzeichen und die Gummierung genau zu beachten. Zumeist wird es sich beim Papier darum handeln, ob es mit der Hand geschöpft (Büttenpapier) oder ob es Maschinenpapier ist. Das erstere ist gewöhnlich weniger glatt, härter und steifer als das letztere, doch muß man beide Seiten untersuchen, weil jedes Papier ungleiche Seiten hat, und auf einer Seite rauher ist, als auf der anderen. Wesentlich ist der Unterschied, ob das Papier dick oder dünn ist. Bei der ersten Emission der Marken von Österreich 1850 unterscheidet man Exemplare auf dickem und solche auf dünnem Papier,

Varietäten auf geripptem Papier u. s. w. Zuweilen unterscheiden sich die Marken zweier Emissionen nur durch ihre verschiedene Herstellungsart, wie z. B. die Marken Mexikos mit dem Kopfe Kaiser Maximilians 1866, wovon es zwei Ausgaben, eine in Steindruck, die andere in Kupferstich ausgeführt, giebt, oder die großen persischen Marken von 1881, welche die gleichen Unterschiede aufweisen.

Von ganz besonderem Belange ist die Umrandung, denn es giebt Staaten, die, wie z. B. Bremen, dieselben Marken erst ungezähnt (1855—56), dann durchstochen (1861—63) und endlich gezähnt (1866) verausgabten. Wer gar die Zähnungsunterschiede beachtet, muß sich dazu eines Zähnungsschlüssels bedienen, das ist eines Hilfsmittels, welches besonders zu diesem Behufe ersonnen worden ist. Es besteht aus einem Blättchen Papier, auf dem sich in Form einer Skala wagerechte Punktreihen übereinander befinden, bei deren jeder die Punkte verschieden weit von einander entfernt sind. Bei jeder Punktreihe befindet sich eine Zahl, welche die Zahl der Punkte oder Zähne auf eine Länge von 2 cm angiebt. Man muß nun die Marke auf jene Punktreihe auflegen, bei welcher in jedes Zahnloch ein Punkt paßt. Bei durchstochenen Marken bildet in der Regel die Art des Durchstiches das Unterscheidungsmerkmal. Ganz besonders viele Unterschiede in der Zähnung weisen die Marken der Türkei auf.

Zur Bestimmung der Farbe einer Marke bediene man sich der schon beschriebenen Farbenkarte, wobei jedoch immer darauf Rücksicht genommen werden muß, daß viele Farben äußerst empfindlich sind, so daß also eine kleine Abweichung auch in der Herstellung der Marke nachgefolgten äußeren Einflüssen ihren Grund haben kann. Das Gleiche gilt von der Farbe des Papieres, ganz abgesehen davon, daß es dem Fabrikanten gar nicht möglich ist, bei jeder Neuanfertigung genau dieselbe Farbe wie früher herzustellen.

Besonders wichtig ist bei Marken, die mit verschiedenen Wasserzeichen vorkommen, die Prüfung dieses Zeichens.

Bevor man an die Prüfung geht, muß man sich mit der Figur der Wasserzeichen, um die es sich handelt, genau vertraut machen, denn derjenige, der diese Figur nicht gut kennt, wird häufig resultatlos untersuchen, obgleich das Zeichen für den Kenner deutlich sichtbar ist. Es giebt nämlich viele Marken, bei denen das Wasserzeichen nicht auf jeder Marke vorkommt, sondern über den ganzen Markenbogen oder doch über einen großen Teil desselben verteilt ist (Österreich Emission 1867). Solche Marken tragen daher im besten Falle nur Teile eines Wasserzeichens. Hier wird nur derjenige aus einem Partikelchen das Wasserzeichen zu erkennen vermögen, der das Bild des ganzen Zeichens im Geiste vor Augen hat. Was die Methoden zur Erkennung des Wasserzeichens betrifft, so haben wir schon im I. Teile darüber gesprochen und wollen hier nur die gewöhnlichste Art der Hervorrufung desselben etwas ausführlicher behandeln. Bei vielen Marken, insbesondere wenn sie ungebraucht sind, wird sich das Wasserzeichen schon dadurch leicht wahrnehmen lassen, daß man sie in trockenem Zustande gegen das Tages- oder gegen künstliches Licht hält, und so das Licht durch die Marke durchfallen läßt. Dadurch werden die Stellen, die vom Wasserzeichen betroffen und daher im Papier etwas dünner sind, etwas heller erscheinen als die Umgebung. Genügt das nicht, so lege man die Marke in ein lauwarmes Wasserbad, befreie sie von allen fremden Stoffen (Klebestoff, Staub, Papierresten ꝛc.), trockne sie dann in der Weise, daß man sie auf beiden Seiten gegen Löschpapier drückt, und bringe sie dann auf eine dunkle Unterlage (mattschwarzes Papier), so daß der Rücken nach oben liegt. In dem Maße, als die Marke trocknet, wird das Wasserzeichen sichtbar werden, weil die dünnen Stellen, welche das Wasserzeichen bilden, schneller trocknen als die dickeren.

Aber auch das stärkere Reflektieren der Lichtstrahlen von Seiten des dickern Papieres wird das Erkennen des Wasserzeichens befördern. Man kann dieses Verfahren auch wieder-

holen und die durch Drücken gegen Löschpapier abgetrocknete Marke sodann dem durchfallenden Lichte aussetzen. Gelingt es auch auf diese Weise nicht, das Wasserzeichen erkennbar zu machen, so bestreiche man die Marke auf der Rückseite mit etwas reinem Benzin oder absolutem Alkohol, wodurch sie einer Beschädigung nicht ausgesetzt wird, zumal wenn man die Vorsicht beobachtet, die Marke bald darauf wieder in das Wasserbad zu bringen.

Bei Ganzsachen läßt sich schon wegen ihrer Größe das Wasserzeichen in der Regel viel leichter feststellen.

Vom Erkennen der Fälschungen.

Wir kommen nun zu einem der wichtigsten aber auch schwierigsten Kapitel in der Lehre vom Sammeln. Das Fälschungsunwesen, welches so alt ist wie das Briefmarkensammeln selbst, hat sich in einer Weise ausgebreitet und vervollkommnet, daß es als der größte Feind und als die größte Gefahr der Philatelie bezeichnet werden muß.

Demzufolge giebt es auch keinen Sammler, der nicht ein oder das andere Mal das Opfer eines Fälschers geworden wäre oder dem nicht wiederholt Fälschungen vorgekommen wären. Jeder Sammler hat daher allen Anlaß sich vor Fälschungen zu hüten, und der größere Sammler um so mehr, weil sich die Fälscher mit Vorliebe auf das Nachmachen von hoch im Preise stehenden Seltenheiten werfen und der große Sammler, auch wenn er nur einmal getäuscht wird, schon empfindlichen Schaden leiden kann.

Daß das Fälschen der Marken bald nachdem man begonnen hatte sie zu sammeln, und zwar schwunghaft betrieben wurde, wissen wir ganz bestimmt. Nicht nur, daß die ersten Fachzeitschriften, welche Ende 1862 und anfangs 1863 in England, Frankreich und Deutschland erschienen, schon Artikel über das Fälschen von Marken, Warnungen vor Falsifikaten und Beschreibungen derselben brachten, wurden selbst ganze Monographien über die Frage geschrieben, wie

derlei Fälschungen zu erkennen seien. Eine der ersten solchen Broschüren ist jene von Thornton Lewes und Edward Pemberton „Forged stamps, how to detect them" (Edinburgh 1863). Ihr folgten die Schriften von Thomas Dalston „How to detect forged stamps" (Gateshead 1865), von J. B. Moens in Brüssel u. a. Während aber damals mehr oder minder alles gefälscht wurde, nämlich die einfachsten Marken wie die selteneren und seltensten, weil der Briefmarkenhandel noch wenig entwickelt war und es an Stücken fehlte, um die große Anzahl der Sammler zu befriedigen, und weil sich somit auch das Fälschen gewöhnlicher Marken als gewinnbringend erwies, verlegen sich die Fälscher heute mehr auf bessere Marken und insbesondere auf Seltenheiten.

Es kann keinem Zweifel unterliegen, daß Marken gefälscht wurden, bevor man darauf kam, sie zu sammeln, allein das geschah nur zu Frankierungszwecken, zum Nachteile der Postverwaltung und betraf nur immer die im gegebenen Augenblicke in Geltung befindlichen Marken. Wir werden uns hier nur mit den Fälschungen der zu Sammelzwecken bestimmten Marken befassen.

Das wirksamste Schutzmittel gegen solche Fälschungen ist eine genaue Kenntnis der Postwertzeichen. Dazu aber gehört ein eifriges Studium derselben. Personen, welche nur vorübergehend, ich möchte sagen nur aus Laune sammeln und denen es nur darum zu thun ist, recht viele verschiedene Marken zu „haben", werden trotz aller Hilfsmittel nicht im stande sein, eine Fälschung vom Originale zu unterscheiden. Wer die Sache jedoch ernster nimmt, wer seine Marken studiert, wer sich mit den verschiedenen Herstellungsarten derselben vertraut macht, und die geringsten Verschiedenheiten beachten lernt, der wird mit der Zeit jede Fälschung, zuweilen auf den ersten Blick, so zu sagen instinktiv zu erkennen vermögen. Zum mindesten wird ihm eine Fälschung Verdacht einflößen, und ihn, wenn er seinem eigenen Urteile nicht traut, veranlassen, die Meinung anderer einzuholen.

Beschreibungen der Fälschungen, wie sie in allen besseren Fachzeitschriften und seit neuester Zeit auch in Handbüchern anzutreffen sind, sind kein zuverlässiges Schutzmittel, da es eben verschiedene Fälschungen ein und desselben Postwertzeichens giebt und weil die Fälscher die öffentlich bekannt gemachten Mängel später verbessern. Einen weit bessern Schutz gewähren die Prüfungsstellen, obwohl es keine Prüfungsstelle giebt, die nicht Irrtümern unterworfen wäre, weil es einzelnen Personen oder Kommissionen ganz unmöglich ist, eine genaue Kenntnis aller Postwertzeichen zu besitzen. Bei Marken, von denen es authentische Typenverschiedenheiten giebt, ist häufig ein zuverlässiges Urteil nur dann möglich, wenn sich die betreffende Prüfungsstelle im Besitze aller Typen des zu prüfenden Postwertzeichens befindet. Dadurch erklärt sich der häufig vorkommende Fall, daß von einer oder der andern Prüfungsstelle als echt erklärte Marken von anderen für Falsifikate erklärt werden und umgekehrt.

Nicht selten wird schon die eigene genaue Prüfung der Marke zu einem begründeten Urteile führen ohne daß eine Prüfungsstelle dazu herangezogen werden muß. Bei dieser Prüfung befolge man insbesondere Nachstehendes:

Sich vor Fälschungen zu schützen liegt ebensosehr im Interesse des Sammlers als in jenem der Postverwaltungen. Diese waren daher schon in den ältesten Zeiten der Briefmarkenanwendung bestrebt, den Marken Schutzmittel beizugeben, welche ihre Nachahmung verhüten sollten. Eine der ältesten Schutzmaßregeln sind die Seidenfäden, welche sich z. B. auf den ersten Briefumschlägen Englands, den sogenannten Mulready-Couverts, den ersten Couverten von Preußen, den Marken von Schleswig-Holstein, Bayern, der Schweiz, Württembergs u. s. w. vorfinden. Dieses Schutzmittel ist zwar etwas kostspielig, aber probat. Es kommen allerdings Marken von Württemberg oder Schleswig-Holstein mit Seidenfäden auch gefälscht vor, allein bei Anwendung des Markenbades ist die Täuschung sofort zu Ende, denn es löst sich bei den Falsi-

fikaten der Seidenfaden vom Papier, während er bei den Originalen in das Papier eingewebt und mit diesem untrennbar verbunden ist. Nicht minder wirksam ist das von einigen Staaten, wie Preußen und Norddeutscher Postbezirk, angewendete chemisch präparierte Papier, welches einen für das Auge unsichtbaren Unterdruck enthält, der bei Gebrauch von bestimmten chemischen Reagentien farbig hervortritt. Auch bei diesen Marken ist eine Fälschung nahezu ausgeschlossen, wenigstens ist kein Fall bekannt, daß dieses Papier nachgemacht worden wäre. Andere solche Schutzmittel sind die oft für das unbewaffnete Auge kaum sichtbaren Unterdrucke oder Überdrucke, wie bei den Marken von Hannover, Dänemark, Elsaß-Lothringen, Venezuela oder bei den Briefumschlägen einiger deutschen Staaten. Diese letzteren Mittel wurden jedoch nur von verhältnismäßig wenigen Staaten angewendet und gewähren auch keinen ausreichenden Schutz gegen Nachahmungen, denn es wurde beispielsweise der Überdruck auf den seltenen Couverten von Sachsen, Lübeck ꝛc. mitunter vorzüglich nachgemacht.

Dagegen giebt es ein anderes, gar nicht kostspieliges und von vielen Staatsverwaltungen, leider doch noch zu wenig, angewendetes Mittel, welches den wirksamsten Schutz gewährt — das Wasserzeichen, so daß man Marken, welche damit versehen sind, nahezu als gegen Fälschung gefeit ansehen kann. Die Schwierigkeit liegt nur darin, es zu erkennen, allein wer die Vorsicht beobachtet, nur solche Exemplare zu erwerben, bei denen es unzweifelhaft wahrnehmbar ist, wird kaum je übervorteilt werden. Für denjenigen, der die Marken ausschließlich oder doch hauptsächlich in gebrauchtem Zustande sammelt, tritt noch ein anderes Moment hinzu, welches bei Prüfung der Echtheit der Marke zu beachten ist — der Entwertungsstempel. Hier wird die Prüfung eine doppelt schwierige, denn dieselbe muß sich auch noch auf den Entwertungsstempel erstrecken. Dazu gehört vor allem eine genaue Kenntnis der verschiedenen Entwertungsstempel, deren sich ein Land in diesem oder

jenem Zeitraume bediente. Seit neuerer Zeit hat die philatelistische Forschung sich auch diesem Gegenstande zugewendet, doch ist das Forschungsgebiet nur ein sehr beschränktes. Im allgemeinen ist zu bemerken, daß gefälschte Entwertungsstempel zumeist blasser sind, als die Originalabstempelung, daß bei Ortsstempeln fast nur ein oder höchstens zwei Ortsnamen, und zwar von den hervorragendsten Orten des Landes, vorkommen, und daß der Stempel auffällig rein und sorgfältig aufgedrückt ist und gewöhnlich schön in der Mitte der Marke sitzt, während die echten Abstempelungen im Drange der Geschäfte hastig und ohne jede Sorgfalt erfolgen, daher unrein, verschwommen und unregelmäßig sind. Man wird übrigens gut thun, darauf zu achten, ob die betreffende Marke gebraucht oder ungebraucht seltener und daher wertvoller ist.

Im ersten Falle muß die Echtheit des Entwertungsstempels, im letztern jene der Marke mit mehr Sorgfalt geprüft werden. Häufig ist beides falsch, oder es ist der Gefälligkeitsstempel echt, die Marke selbst aber ein Neudruck ꝛc.

Einige Staatsverwaltungen, wie die deutsche und russische, suchten eine Entfernung des Entwertungsstempels zum Zwecke der nochmaligen Verwendung der Marken im Postverkehre dadurch hintanzuhalten, daß sie bei Färbung derselben leicht lösliche Farben verwendeten, doch gewährt dies keinerlei Schutz gegen Fälschungen der Marke oder des Entwertungsstempels.

Eine nicht unbeträchtliche Anzahl von Marken ist mit geheimen Erkennungszeichen versehen, deren Kenntnis in der Regel vor Täuschung schützt, weil die Nachahmer davon nichts wissen. Dieselben bestehen darin, daß die Zeichnung an einem Punkte eine Unregelmäßigkeit ganz unbedeutender Art aufweist, oder daß sich auf der Marke an unauffälligen Stellen kleine, oft nur mikroskopisch wahrnehmbare Ziffern oder Buchstaben, ja selbst Wörter befinden, die nur von demjenigen wahrgenommen werden, der Marken

zu prüfen gewohnt und dessen Wahrnehmungsvermögen durch Übung geschärft ist.

Das Fehlen dieser Zeichen verrät daher sofort die Fälschung. Beispielsweise seien einige dieser geheimen Zeichen hier angeführt:

So tragen die echten Marken von Neapel in der unteren Umrandung kleine Buchstaben und zwar die Marke zu $^1/_2$ Gr. ein „G", zu 1 Gr. ein „M", zu 2 Gr. ein „A", zu 5 Gr. ein „S", zu 10 Gr. ein „J", zu 20 Gr. ein „N" und zu 50 Gr. ein „J". Auch die beiden $^1/_2$ Torneſe-Marken, welche aus den alten Stempeln der Marke zu $^1/_2$ Gr. hergestellt wurden, tragen denselben Buchstaben „G". Bei den so seltenen und teuren Doppelgenfmarken, bei denen jede der beiden Marken von einer inneren dünnen und einer äußeren dicken Umrandungslinie begrenzt wird, reichen jene inneren dünnen Umfassungslinien, welche an den gegen außen gekehrten Seiten der Marken senkrecht laufen, über die dünnen wagerechten Umfassungslinien hinaus und stoßen an die wagerechten äußeren dicken Umfassungslinien an, was bei den dünnen Umfassungslinien der gegeneinander gekehrten inneren Seiten der Marken nicht der Fall ist. Beim Baseler Täubchen befindet sich über der Mitte der Buchstaben S und E im Worte Basel in der doppelten dünnen Einfassungslinie ein Punkt. Jede Marke, der dieser Punkt fehlt, ist falsch.

Bei den Briefumschlägen der ersten drei Emissionen von Preußen findet man unter der Reliefbüste des Königs das nur mit Hilfe des Vergrößerungsglases sichtbare Wort „Schilling (Name des Graveurs) 1, 2, 3" oder „4". Besonders erwähnenswert sind die Erkennungszeichen bei den Marken der I. Emission von Lübeck. Dieselben liegen in der unteren Verzierung, und zwar sind es folgende: Bei der Marke zu $^1/_2$ Schilling ein wagerechter Strich und darüber ein Punkt, bei der Marke zu 1 Schilling ein wagerechter Strich und darunter ein Punkt, bei der Marke zu 2 Schilling ein wagerechter Strich und zwei Punkte darunter, bei der

Marke zu $2^1/_2$ Schilling ein wagerechter Strich, ein Punkt darüber und zwei Punkte darunter und bei der Marke zu 4 Schilling ein wagerechter Strich und vier Punkte darunter. Der Fehldruck zu $2^1/_2$ Schilling trägt das Zeichen der richtigen $2^1/_2$-Schillingmarken. Bei den Marken der II. Emission von Oldenburg, bei denen sich die Wertziffern in den kleinen Ovalen an den beiden Seiten der Marken befinden, steht bei den Ovalen auf der rechten Seite der Marke ein Punkt vor der Wertziffer, bei den Ovalen links ein Punkt hinter der Wertziffer u. s. w. Man sieht also, daß ein genaues Studium der Marken den Sammler in die Lage setzt, sein eigener Prüfungskommissar zu sein.

Als Hilfsmittel für das Erkennen von Fälschungen müssen Optik und Lichtdruck genannt werden. Das erstere bietet uns das Vergrößerungsglas, welches es uns ermöglicht, die kleinsten Verschiedenheiten wahrzunehmen. Wo man damit nicht zum Ziele gelangt, benütze man das Stereoskop, das ist jener Apparat, durch den wir zwei unter einem verschiedenen Winkel aufgenommene Photographien in ein einziges plastisches Bild umgewandelt sehen. Man lege nämlich auf eine Seite der Platte das Original der Marke und auf die andere die zu prüfende Marke. Ist die letztere echt, so wird man durch den Apparat das klare Bild einer einzigen Marke sehen. Differiert die letztere vom Originale, so wird das Bild verschwommen und undeutlich sein, und man wird statt einer Linie zwei erblicken und dergl. Allerdings wird man nur solche Marken auf diese Weise untersuchen können, zu deren Herstellung nur ein einziger Originalstempel, entweder aus Metall oder Holz, verwendet worden ist, von dem dann die zum Drucke eines ganzen Blattes erforderliche Anzahl von Clichés auf galvanoplastischem Wege oder auf andere Weise hergestellt worden ist. Darüber muß man also vorher Gewißheit haben. Bei den Marken, die mittels Buchdrucks hergestellt sind, ist daher diese Untersuchung möglich. Seit neuerer Zeit hat man auch die Photographie in den Dienst der Philatelie gestellt,

indem sowohl in den hervorragenderen Handbüchern und Katalogen, als auch in den besseren Fachblättern Lichtdruckbilder unserer Seltenheiten vorgeführt werden. Insbesondere geschieht dies zum Behufe der Darstellung der Typenverschiedenheiten jener Marken, von denen es viele Typen giebt. Auf Grund einer solchen naturgetreuen Typentafel ist der kundige Philatelist imstande, nicht nur festzustellen, ob eine Marke echt ist, sondern auch, welche Type sie repräsentiert und beziehungsweise, welche Stelle im Markenbogen sie eingenommen hat. Anderseits wird aber die Photographie auch zur Herstellung von Fälschungen benutzt, welche um so gefährlicher sind, als sie in der Zeichnung eine vollkommene Übereinstimmung mit dem Originale aufweisen. Marken, die in nicht photogenischen Farben (violett) hergestellt sind, lassen eine Lichtdruckdarstellung allerdings nicht zu.

In neuester Zeit hat ein Herr L. Hübsch angeraten, die Laterna magica in den Dienst der Philatelie zu stellen, und Versuche, welche von verschiedenen Seiten damit gemacht wurden, haben ergeben, daß die Idee einer praktischen Verwirklichung zugeführt werden kann. Der Vorgang dabei ist ein ganz einfacher. Man reinigt die betreffende Marke, welche dargestellt werden soll, sehr genau, tränkt sie mit Benzin, um sie durchsichtig zu machen, drückt sie fest an die Fläche der Glasscheibe und führt letztere in die Laterna magica — am besten in ein sogenanntes Skioptikon — ein. Sofort erscheint das Markenbild in getreuer 100facher Vergrößerung an der Wand. Ist der Durchmesser der Linsen des Apparates groß genug, um zwei Marken gleichzeitig zu fassen, so können auf diese Weise zwei Marken mit einander verglichen werden. Welche Vorteile eine solche Vergleichung zweier Marken in 100facher Vergrößerung für die Bestimmung von Typenverschiedenheiten, für die Prüfung der Echtheit u. s. w. bietet, liegt auf der Hand. Bemerkt sei hierbei, daß sich Marken in hellen Farben für dieses Experiment besser eignen, als solche in dunklen Farben, sowie, daß das

Tränken der Marken mit Benzin für die letzteren unschädlich ist. Die einzige zu überwindende Schwierigkeit liegt darin, daß das Benzin rasch verflüchtigt und daß demnach das Markenbild nicht lange an der Wand festgehalten werden kann. Um diesen Übelstand zu vermeiden kam Dr. Sandré auf den Einfall, die Marke durch ein dünnes Glasplättchen zu decken und dieses mittels Kanadabalsams an die Glasplatte zu befestigen, um den Zutritt der Luft zu hindern und so das Verdunsten des Benzins zu verhüten. Auch dieses Experiment gelang, doch giebt es einen andern Apparat, Megaskop genannt (von A. Rüß in Hamburg erfunden), welcher die Durchsichtigmachung der Marke überhaupt überflüssig macht.

Zum Schlusse verweise ich noch in Rücksicht auf die Fälschung von Aufdrucken und bezüglich der chemischen Fälschungen auf das hierüber im I. Teile dieses Werkes Gesagte und füge nur noch bei, daß Aufdrucksmarken von einigem Werte nur nach vorausgegangener Überprüfung durch eine Markenprüfungsstelle erworben werden sollten, und daß bei Marken, deren Farbe chemisch verändert worden ist, in der Regel auch die Papierfaser etwas in Mitleidenschaft gezogen wird, so daß derlei Fälschungen häufig an dem mürbe gewordenen, mehr oder minder verwitterten Papiere zu erkennen sind.

Vom Reinigen, Einkleben und Umkleben der Marken.

Hat man die neuerworbenen Marken bestimmt und auf ihre Echtheit geprüft, dann handelt es sich darum, sie in das Album, den Tempel des Philatelisten, einzukleben. Auch das muß mit Vorsicht und Aufmerksamkeit geschehen und daher gelernt werden, denn schon häufig wurden die seltensten Marken durch unrichtiges Behandeln beim Einkleben verdorben.

Zunächst müssen die Marken von Schmutz, Papierresten, die an ihrem Rücken kleben, und dem Klebestoffe gereinigt werden, wenn dies nicht schon aus Anlaß ihrer Bestimmung oder Echtheitsprüfung geschehen ist. Es dürfen jedoch nicht alle Marken gleich behandelt werden. Das Verfahren, welches in den folgenden Zeilen geschildert werden soll, ist bei allen Marken anwendbar, welche nicht in leicht löslichen Farben gedruckt sind und kein Relief aufweisen. Solche Marken lege man in eine mit lauem reinen Wasser gefüllte Porzellanschale, wende sie mit einem Glasstabe oder einer Pincette ein paar mal um und lasse sie einige Zeit im Wasser liegen, bis sie ganz durchfeuchtet sind, worauf sich die ihr anhaftenden Papierreste von selbst lösen und leicht entfernt werden können. Dann gebe man die Marke zwischen zwei Blätter reinen weißen Löschpapieres und setze sie ein paar mal, immer an einer anderen Stelle des Löschpapieres, einem leichten Drucke aus, wodurch sie getrocknet und gleichzeitig vom Klebestoffe befreit wird. Jetzt erst ist sie zum Einkleben in die Sammlung reif. Bei Marken, die mit einem dickern, zähern Klebestoffe behaftet sind, wie z. B. die Marken der ersten Emissionen von Österreich, die älteren Marken Großbritanniens oder jene von Hannover, suche man den Klebestoff dadurch zu beseitigen, daß man sie, nachdem sie aus dem Wasserbade herausgenommen worden, mit der Rückseite nach aufwärts auf Löschpapier legt und mit Wachspapier, welches in jeder Apotheke erhältlich ist, den am Rücken der Marke befindlichen Klebestoff mehrmals abzieht, bis nichts mehr davon vorhanden ist.

Marken, welche mittels leicht löslicher, oder Wasserfarben hergestellt sind (Deutsches Reich, Rußland), dürfen wohl auf Wasser, jedoch nur mit der Rückseite, gelegt, aber nicht untergetaucht oder umgewendet werden. Dann werden sie vorsichtig abgehoben und auf Wachspapier gebracht und so behandelt, wie früher gesagt wurde.

In gleicher Weise werden Reliefmarken behandelt, jedoch mit dem Unterschiede, daß sie beim Trocknen nur ganz leise

gedrückt werden dürfen, da sonst der Hochdruck sofort einsinkt.

Ein Versuch, eine allzu starke Abstempelung zu entfernen, ist nicht anzuraten, da es diesfalls kein probates Mittel giebt, welches dies ohne Schädigung der Marke bewirken würde. Bei minder seltenen Marken kann man es allenfalls mit Benzin, absolutem Alkohol, Chloroform oder Terpentinöl versuchen. Beim Trocknen der Marke sind auch die Zähne mit einer Pincette in die richtige Stellung zu bringen, was später im getrockneten Zustande oft nicht mehr leicht zu erreichen ist.

Nicht minder wichtig als das Reinigen der Marke ist das Einkleben derselben, und hierbei wieder vor allem die richtige Wahl des Klebestoffes. Ganz zu vermeiden ist Leim und flüssiges Gummi. Ersterer enthält zumeist Säuren oder Salze, welche den Marken, und zwar oft erst nach Jahren, schädlich werden, indem sie an der betreffenden Stelle die Farbe zerstören und braune Flecken erzeugen, die durch die Marke durchschlagen; in letzterem ist selten arabisches Gummi vorhanden. Anzuraten ist nur reines arabisches Gummi bester Sorte in pulverisierter Form, welches, weil es bei längerem Liegen sauer wird, stets aufs neue frisch aufzulösen ist, weshalb man das Einkleben periodisch vornehmen soll, sobald sich ein größeres Markenmaterial angesammelt hat. Auch Dextrin oder Kleister kann nicht empfohlen werden, zumal durch beides Milben gezüchtet werden. Besonders zu empfehlen sind Klebetaffet, oder Klebepergament, und vor allem die jetzt allgemein üblichen amerikanischen und anderweitigen Klebefalze, welche zugleich den Vorteil bieten, daß man die Marke ganz umlegen kann, um Gauffrage, Wasserzeichen ꝛc. zu prüfen ohne Gefahr zu laufen sie zu zerknittern oder zu beschädigen.

Nachgetragen muß noch werden, daß bei solchen Marken, bei denen die Art des Klebestoffes die Originale von den Neudrucken unterscheidet, derselbe selbstredend nicht zu beseitigen ist.

Bedient man sich eines Klebestoffes zum Einkleben der Marken, so betupfe man sie am Rücken nur etwa in Stecknadelkopfgröße und zwar am besten in der Mitte des obern oder untern Endes. Bevor man die Marke einklebt, prüfe man genau, in welches Feld sie gehört, damit man sie nicht schon im nächsten Augenblicke wieder herausnehmen muß.

Noch sollen ein paar praktische Mittel zur Beseitigung von Flecken aus Postwertzeichen angegeben werden. Um Öl- oder Fettflecken aus Briefmarken oder Ganzsachen zu entfernen, überschütte man die Oberfläche der fleckigen Stellen mit Benzol und streue, nachdem sie getränkt sind, Boluspulver darauf. Dieses kann man entweder lose darauf liegen lassen oder es durch die Hand fest aufdrücken. Nach einer Minute schüttle man das Pulver ab und wische die Stelle mit einem Leinwandlappen ab. Dieses Verfahren wiederhole man, bis die Flecken verschwunden sind. Ein anderes Verfahren ist folgendes: Man mische kohlensaure Magnesia mit Äther oder mit Benzin, bis eine dicke Masse daraus wird. Damit bestreiche man die fette Stelle. Der Äther oder das Benzin wird das Fett mit Begierde aufsaugen, und während sie bald verdunsten bleibt das Fett in der Magnesia zurück. Sobald alles trocken ist, wird die Magnesia mittels einer Federfahne abgerieben. War der Flecken schon verharzt, so muß der Mischung etwas verdünntes Ammoniak beigesetzt und die befleckte Stelle beim Auftragen der Mischung sanft gerieben werden. Bei Marken muß die Reinigungsmasse auf der Rückseite aufgetragen werden, damit die Farbe der Marke nicht leidet.

Bei Briefumschlägen, bei denen sich das Postwertzeichen auf der Patte befindet (Türkei, Rußland, Finnland, Registered Couverte der englischen Kolonien), geschieht es auch nicht selten, daß der Markenstempel übersiegelt wird. Um nun das Siegellack zu entfernen, ohne den Wertstempel zu vernichten, lege man die Patte mit dem Siegel in Alkohol und lasse sie ungefähr drei Stunden darin liegen, wonach sich der aufgelöste Lack leicht entfernen läßt.

Zum Befestigen der Ganzsachen im Album bediene man sich entweder ebenfalls der Klebefalze oder man verwende Kartonstreifen (Einsteckſystem) oder ausgeschnittene Couvertecken (Couverteckensystem), die man in das Album einklebt und in die man die Ganzsachen einlegt und zwar schuppenartig übereinander, um Platz zu sparen, so daß nur die Wertstempel hervorsehen. Ein direktes Einkleben der Ganzsachen selbst in das Album ist unter allen Umständen zu vermeiden.

Mit noch größerer Vorsicht als das Einkleben ist das Umkleben der Marken zu behandeln. Es bleibt keinem ernsten Philatelisten erspart, seine Sammlung ein oder das andere Mal umzuquartieren, weil es bisher noch kein unbedingt permanentes Album giebt und jedes Album bei dem raschen Anwachsen der Postwertzeichen im Laufe der Jahre unzureichend wird. Doch aber soll der Sammler eine solche Übersiedelung so lange als möglich verschieben, weil seine Sammlung dadurch, selbst bei der größten Aufmerksamkeit, mehr oder minder Schaden leiden wird. Jüngere Sammler glauben, wenn sie in ein größeres Album überziehen können, in eine hörere Sammler-Kategorie vorzurücken, was aber grundfalsch ist, denn nicht das Album macht die Sammlung aus, sondern die Marken. — Wenn nun schon eine Übersiedelung unabweisbar geboten ist, dann bewerkstellige man sie in der Weise, daß man auf die Rückseite der Albumblätter mit lauwarmem Wasser gut durchtränktes Fließpapier so lange auflegt, bis das Albumblatt ganz durchfeuchtet ist und sich die Marken leicht wegnehmen lassen oder von selbst abfallen. Die so losgelösten Marken nehme man dann mit einer Pincette aus dem Album heraus, trockne sie mittels Löschpapiers und klebe sie in der vorangegebenen Weise in das neue Album ein.

Bei Alben, bei denen sich auf beiden Seiten der Blätter Markenfelder befinden, bleibt allerdings nichts anderes übrig als das durchtränkte Fließpapier über die Marken zu legen, wobei man jedoch darauf bedacht sein muß, die

Marken mit leicht löslichen Farben und mit Reliefdruck vorerst auf trockenem Wege zu entfernen. Bei Übersiedelungen in größerem Maßstabe zeigt sich so recht der praktische Wert der Klebesalze.

Vom Preise und Werte der Briefmarken und Briefmarkensammlungen.

Nach den Grundsätzen der Volkswirtschaftslehre haben nur jene Güter einen wahren inneren Wert, welche zur Befriedigung menschlicher Bedürfnisse dienen. Der Wert der Briefmarken, welche an sich — wenn man von dem Stoffe absieht — nicht geeignet sind, menschliche Bedürfnisse zu befriedigen, ist daher nur ein eingebildeter, ein — fiktiver. Aber auch dieser fiktive Wert unterliegt gleichwohl den Gesetzen der Nationalökonomie, das heißt, er hängt ab von Nachfrage und Angebot. Halten sich beide die Wage, so bleibt ihr Wert oder richtiger ihr Preis stationär, im andern Falle steigt oder sinkt er, jenachdem Nachfrage oder Angebot überwiegen. Die Richtigkeit dieser Behauptung zeigt uns eine Vergleichung der Preiskataloge von 1863 mit jenen von heute. Marken, die heute zu den höchst bezahlten Seltenheiten gehören und um tausende von Mark gehandelt werden, waren zu jener Zeit für wenige Thaler erhältlich. Damals, als die Zahl der Sammler, die für eine Briefmarkensammlung etwas mehr aufzuwenden sich bereit zeigten, eine kleine war, genügten die vorhandenen Stücke selbst der seltenen Marken, um die Nachfrage zu decken, daher die niederen Preise. Heute, wo die Nachfrage um das hundert-, ja vielleicht um das tausendfache gestiegen ist, fehlt es an Stücken, obgleich inzwischen so manches Exemplar aus alten Archiven zu Tage gefördert worden ist, es bleibt ein großer Teil der Nachfragenden unbefriedigt, und daher die hohen Preise. Wie viel Vorschläge sind nicht schon gemacht worden, um dem fortwährenden, mitunter rapiden Steigen der Preise

der selteneren Marken Einhalt zu thun, wie viele Vorwürfe mußten die Händler deswegen über sich ergehen lassen, und doch blieben alle Bemühungen erfolglos und zwar aus dem einfachen Grunde, weil die natürlichen Gesetze des Verkehrs sich durch künstliche Mittel nicht ändern lassen. In letzter Zeit hat sich eine Art von Lokalpatriotismus im Briefmarkensammeln geltend gemacht, indem die Europäer nur Marken Europas, die Nordamerikaner nur Marken der Vereinigten Staaten, die Deutschen sogar vielfach nur die sogenannten Altdeutschen Marken zu sammeln begannen, und auch da trat das vorerwähnte Gesetz der Volkswirtschaftslehre ein, indem diese Marken sich in kürzester Zeit unverhältnismäßig verteuerten, während die Marken der weniger begünstigten Erdteile und Länder im Preise sanken. Wesentlich wurden die Preise der Marken durch das immer mehr um sich greifende Spezialsammeln beeinflußt, weil der Spezialsammler, der nur eine beschränkte Anzahl von Marken sucht, für dieselben auch größere Preise bewilligt.

Nichtsdestoweniger kann man von fixen Preisen oder von einer Beständigkeit der Preise gar nicht sprechen, denn eine Vergleichung der größeren Preiskataloge zeigt, daß die Preise, die von verschiedenen Händlern für ein und dieselbe Marke gefordert werden, oft sehr verschieden sind. Allerdings liegt der Grund dieser Erscheinung nicht selten darin, daß der Händler die Preise, die er in seinen Katalog einsetzt, nach seinem Lager bestimmt und daher Marken, von denen er mehr vorrätig hat, billiger berechnet, als ein zweiter Händler, der im Augenblicke gar kein Exemplar zur Hand hat und sich solches im Falle einer Bestellung erst beschaffen müßte, oder indem er Marken, von denen er besonders schöne Exemplare, sogenannte „Prachtstücke", besitzt, höher hält. Wer sich daher über die Preise von Marken unterrichten will, thut am besten, die Händlerangebote in den größeren Inseratenblättern zu vergleichen und daraus seine Schlüsse zu ziehen. Jene Kataloge, die sogenannte Durchschnittspreise enthalten, geben zwar im allgemeinen einen Aufschluß

über den Wert einer Marke, nicht aber für den speziellen Fall, denn wenn der Sammler dann die Marke bestellt, so wird er in der Regel finden, daß ein höherer Preis dafür begehrt wird. Ganz besonders veränderlich sind die Preise der großen Seltenheiten, die nur vereinzelt auf den Markt gelangen. Über den Wert derselben geben die öffentlichen Auktionen den besten und sichersten Aufschluß. In den Vereinigten Staaten von Nordamerika hat der Händler William Leavitt schon im Jahre 1870 begonnen, öffentliche Feilbietungen von Postwertzeichen zu veranstalten, was sehr großen Anklang fand und von vielen Händlern nachgeahmt wurde, von denen einzelne bisher schon 120 und mehr solcher Auktionen abgehalten haben. Seit neuerer Zeit hat sich diese Sitte auch nach Deutschland verpflanzt, wo der Internationale Philatelisten-Verein in Dresden und der Internationale Postwertzeichenhändler-Verein in Berlin derlei Versteigerungen abgehalten haben. Die hierbei erzielten Preise können als Anhaltspunkte für den Wert der Marken angesehen werden, zumal — wenigstens in den amerikanischen Auktionskatalogen — der äußere Zustand der Marke mit angegeben ist.

Die Frage nach den seltensten Postwertzeichen hat vor einigen Jahren eine Lösung durch Abstimmung gefunden, und zwar erklärte man durch Stimmenmehrheit als

a) die seltensten Marken

1. Moldau 1858 27 P. schwarz auf rosa, 2. Moldau 1858 81 P. blau auf bläulich, 3. Mauritius 1847 1 d. ziegelrot, 4. Mauritius 1847 2 d. blau, 5. Réunion 1852 15 c. schwarz auf bläulich, 6. Réunion 1852 30 c. schwarz auf bläulich, 7—10. Sandwich-Inseln 1852 2 c. blau, 5 c. blau, 13 c. blau, 13 c. H. J. & U. S. P. blau, 11—12. Britisch Guyana 1850 2 c. fleischfarben und 1856 1 c. braunrot;

b) die seltensten Couverts

1. Finnland 1845 20 Kop. rot, 2. Moskau Stadtpost 1845 5 Kop. rot und 3. Mauritius 1863 1 Schilling gelb auf blauem Papier.

Besondere Seltenheiten sind ferner noch die sogenannte Brattleboro-Marke, welche der Postmeister F. N. Palmer in Brattleboro (Verein. Staaten) Mitte der 1840er Jahre herstellen ließ, und die sogenannte Connell-Marke, welche im Jahre 1861 der Generalpostmeister von Neu-Braunschweig verausgabte und die nur einen Tag Kurs hatte, weil er sich unterfing, sie mit seinem eignen Bildnisse zu schmücken, u. a. Ganz unberechenbare Preise werden endlich für seltene und ungewöhnliche Fehldrucke und Kuriositäten bezahlt, mag die normale Marke auch noch so gewöhnlich sein.

Welche Summen für einzelne Postwertzeichen gefordert und bezahlt werden, mag daraus erhellen, daß beispielsweise vor kurzem die eine der beiden Marken von Mauritius 1847 Postoffice einen Preis von 5000 Frs. erzielt hat.

Daraus mag man nun ermessen, welchen Wert eine große, fast vollständige Sammlung besitzen wird. Allerdings muß man da zwischen den verschiedenen Zeitperioden unterscheiden. In den Jahren 1863—1867 war eine fast vollständige Sammlung noch für den Preis von etwa 800 Thalern zu beschaffen. Im Jahre 1877 wurde eine solche Sammlung in Paris bereits um den Preis von 3000 Pfund Sterling verkauft und heute giebt es — nicht etwa eine, sondern mehrere — Sammlungen, welche einen Wert von 1 000 000 Frs. und darüber repräsentieren. Bei dem rapiden Anwachsen der Postwertzeichen wird es übrigens bald Niemanden mehr geben, der sich einer nur halbwegs vollständigen Universalsammlung wird rühmen können. Dagegen giebt es Spezialsammlungen einzelner Länder, welche in ihrer Großartigkeit die kühnste Phantasie übertreffen. Diesfalls sei nur eine Spezialsammlung lediglich der Marken von Österreich-Ungarn (ohne die Ganzsachen) erwähnt, die sich in Baden

bei Wien befindet und schon im Jahre 1888 über 16 000 Varietäten umfaßte.

Als ein bedauerlicher Mangel muß es bezeichnet werden, daß es so wenige öffentliche Postwertzeichensammlungen giebt. Eine der ältesten ist jene der Staats-Münze im Hotel des Monnaies am Quai Conti in Paris. Nächst ihr ist jene des Reichspostmuseums in Berlin zu nennen, welche Landgerichtsdirektor Lindenberg in Berlin geordnet und katalogisiert hat. Beide Sammlungen sind dem Publikum zugänglich, jedoch sehr lückenhaft. Außerdem besitzen auch die Generalpostdirektionen von Bayern, Österreich, Württemberg, Rußland, Italien, Belgien, Holland, Frankreich, Großbritannien ꝛc. Sammlungen, die aber noch viel beschränkter und auch nicht allgemein zugänglich sind. Dagegen besitzen Wien und Dresden Privat-Postwertzeichen-Museen, welche sehenswert sind. Insbesondere das erstere, des bekannten Händlers Sigmund Friedl in Unter-Döbling bei Wien, welches zumeist durch Stiftungen entstanden ist, bietet ein Bild des ganzen Briefmarkensammelwesens, enthält unter anderm eine unvergleichliche Essais-Sammlung, eine Fülle von Seltenheiten, mehrere Unica u. s. w. und repräsentiert einen hohen Wert. Das letztere gehört dem Händler E. Petritz in Dresden-Strießen.

Von der Konservierung der Marken.

Der Stoff, aus dem die Postwertzeichen hergestellt sind, das Papier, ist dem Gesetze der Vergänglichkeit alles Irdischen in sehr hohem Grade ausgesetzt und es erscheint daher gerade bei einer Postwertzeichensammlung besonders geboten, der Erhaltung der Sammelobjekte eine vermehrte Sorgfalt und Aufmerksamkeit zu widmen. Schon die Herstellung des Papieres aus Lumpen oder aus Holz bedingt die Vornahme eines Reinigungsprozesses auf chemischem Wege,

welcher Reste zurückläßt, die zerstörend auf die Fasern wirken. Dazu kommt aber noch, daß die Papiermasse im Appreturverfahren Zusätze erhält, welche gleichfalls schädlich wirken, und daß das Papier der Marke auch durch die Farbe und die Gummierung nachteilig beeinflußt wird. Wenn wir aber den Schädlichkeiten, welche im Stoffe selbst liegen, nicht vorbeugen können, so müssen wir unser Augenmerk um so mehr darauf richten, äußere ungünstige Einflüsse von den Marken fernzuhalten. Hierbei kommen zunächst vier Feinde in Betracht, nämlich die Feuchtigkeit, das Licht, Staub und Insekten. Feuchtigkeit zerstört die Papierfasern und verändert die Farbe so mancher Marken, weshalb die letzteren vor allem davor zu schützen sind. Deshalb sollen die Sammlungen nur an trockenen Stellen und derart verwahrt werden, daß der Zutritt der atmosphärischen Luft als des Hauptträgers der Feuchtigkeit möglichst verhindert wird. In dieser Richtung empfiehlt es sich, das Album in einer Kassette aus verzinktem Eisenbleche, deren Deckelrand durch einen Kautschukstreifen luftdicht verschließbar ist, aufzubewahren. Besonders seltene Marken sollte man zwischen zwei Glasplatten einschließen, wie dies beispielsweise mit den unter das Mikroskop gestellten Präparaten geschieht. Dadurch wird die Marke, mit Ausnahme des Lichtes, allen schädlichen äußeren Einflüssen entzogen. — Schädlich, wenn auch nicht in dem Maße wie die Feuchtigkeit, wirkt das Licht, indem es bei dauernder Einwirkung die Farbe zersetzt. Wir bemerken dies bei Marken, die lange in den Schaukästen der Händler der allgemeinen Besichtigung ausgesetzt sind und zwar sind besonders Blau, Violett, Grau, Orange sehr empfindliche Farben. — Am leichtesten wird man die Marken vor Staub schützen können, was schon durch die Einrichtung der Alben erleichtert ist; doch auch in dieser Richtung kann gesündigt werden, indem man das Album beispielsweise längere Zeit offen liegen läßt, es in Kästen aufbewahrt, in denen der Holzwurm nagt, und dergl. — Gegen Insekten hilft

nur Reinlichkeit. In Sammlungen, welche in verstaubten Kästen oft Monate lang liegen, ohne geöffnet, durchgesehen und gereinigt zu werden, werden sich Papierläuse und andere Insekten einnisten und das Geschäft der Zerstörung in weit kürzerer Zeit besorgen, als es die Feuchtigkeit gethan hätte.

Noch muß darauf hingewiesen werden, welche Wichtigkeit der Klebestoff, mit dem die Marken behufs ihrer Einklebung in die Sammlung befeuchtet werden, für die Erhaltung der Marken hat. Am besten ist reines pulverisiertes arabisches Gummi. Da dasselbe aber in aufgelöstem Zustande, wenn es längere Zeit steht, sauer wird, weil Spaltpilze, die aus der Luft in die Lösung einfallen, darin vorzüglich gedeihen und Säurebildung veranlassen, so setze man derselben etwas Karbolsäure zu, wodurch dieselbe sehr haltbar und das Sauerwerden verhindert wird. Viele Sammler unterziehen sogar jede Marke, bevor sie dieselbe in die Sammlung einreihen, einer Waschung mit 3% Karbolsäure, doch darf das Bad nicht zu lange währen und müssen die Marken dann in reinem Wasser ausgespült und zwischen Filtrierpapier gut getrocknet werden.

Endlich sei noch eines Mittels erwähnt, welches im Jahre 1888 in Anwendung gebracht wurde und einen wirksamen Schutz gewährt. Es ist dies das Kollodium. Das Kollodium ist eine Lösung von Schießbaumwolle in Schwefeläther und Weingeist, welche weder das Papier noch die Farbe der Marken angreift und in jedem Augenblicke mit Äther spurlos ausgewaschen werden kann. Ein dünner Überzug mit Kollodium schützt dagegen das Papier vor dem zu leichten Zerreißen, die Farbe vor dem Verwischen, die ganze Marke vor Staub, Beschmutzungen aller Art und Flecken, vor den üblen Einflüssen der Feuchtigkeit und vor Verschimmeln. Dabei ist der Überzug mit freiem Auge gar nicht, mit dem Mikroskop nur sehr schwer wahrnehmbar. Es ist sonach das Kollodium von unberechenbarem Werte, und sollte von allen Sammlern, vorzüglich bei Seltenheiten angewendet werden. Auch ist es in jeder Apotheke erhältlich und billig.

Von der Fachlitteratur und den der Philatelie förderlichen Einrichtungen.

Die räumliche Ausbreitung des Briefmarkensammelns und die immer zunehmende Zahl seiner Anhänger hat eine Fachlitteratur und eine Reihe von Einrichtungen gezeitigt, durch welche dasselbe teils direkt, teils indirekt gefördert wird. Dazu gehört vor allem die Fachpresse, die Fachlitteratur. Ihr ist in erster Linie die hohe Stufe der Entwickelung zu danken, auf der sich heute die Briefmarkenkunde und das Briefmarkensammelwesen befinden. Sie hat ein gemeinschaftliches Band um die Philatelisten aller Länder und Völker geschlungen, durch sie wurden die Ergebnisse der Forschungen jedes Einzelnen zum Gemeingute Aller, sie war es, welche das Finden von Angebot und Nachfrage vermittelte, sie, welche ihre Stimme warnend erhob, so oft den Sammlern durch die Habsucht unreiner Elemente Gefahr drohte. So hat sich die Litteratur zu einer Säule gestaltet, welche als der Grundträger des ganzen Briefmarkensammelwesens bezeichnet werden muß.

Ihr an Wichtigkeit zunächst steht das Vereinswesen, welches in unserem engeren Vaterlande, in Deutschland, zur höchsten Entwickelung gelangt ist. Die Vereine repräsentieren heute eine Macht, der sich nichts, was irgendwie mit dem Briefmarkensammelwesen in Beziehung steht, zu entziehen vermag, und insbesondere auf dem Gebiete der philatelistischen Prophylaxis üben sie einen heilsamen Einfluß aus.

Eine weitere, sehr wohlthätige Institution sind die Prüfungsstellen, welche immer notwendiger werden, je mehr sich die Anzahl der Postwertzeichen steigert und je schwieriger es wird, die Marken aller Länder genau zu kennen. Die Gründung einer großen Anzahl von Prüfungsstellen ist den Vereinen zu danken.

Von maßgebender Bedeutung für die Entwickelung der Philatelie sind die Postwertzeichenausstellungen, welche insbesondere in neuester Zeit das allgemeine Interesse in Anspruch nehmen, und die Philatelistenkongresse (Philatelistentage, Wanderversammlungen), welche den mündlichen Meinungsaustausch entfernt wohnender Sammler bezwecken. Endlich müssen auch die Briefmarkenbörsen und die Postwertzeichenauktionen dazu gerechnet werden. Ihr Wesen soll in folgendem des Nähern erörtert werden.

Die Fachpresse und -Litteratur.

Dieselbe ist so umfangreich, daß es ganz unmöglich wäre, sie vollständig hier aufzuführen. Es sollen vielmehr nur die besten Zeitschriften und Fachwerke angegeben, dagegen aber allen Sprachen Rechnung getragen werden, was um so notwendiger ist, als gewisse Partien der Briefmarkenkunde von Ausländern umfassender behandelt sind und der gebildete Philatelist auch die besten ausländischen Werke kennen soll, um sie in zweifelhaften Fragen eventuell zu Rate ziehen zu können. Sowohl die Zeitschriften als auch die Handbücher und Monographien werden möglichst in der Reihenfolge, in der sie erschienen sind, aufgeführt werden, damit schon aus ihrer äußern Anordnung entnommen werden kann, welches Werk das neuere ist. Dagegen werden selbst gute Arbeiten, die aber durch spätere bessere überholt, oder die veraltet sind, unerwähnt bleiben. So weit notwendig, sind bei einzelnen Posten erläuternde Bemerkungen beigefügt.

I. Zeitschriften.

a) Deutsche.

1. „Magazin für Briefmarkensammler“ von Zschiesche & Köder in Leipzig. 1863—1867. Die älteste deutsche Fachzeitung.

2. „Der Briefmarkensammler" von G. Bauschke in Leipzig. 1866—1871.
3. Die „Deutsche Briefmarken-Zeitung" von G. Schaubeck und A. Zschiesche in Dresden. 1870—1873.
4. Das „Illustrierte Briefmarken-Journal", ursprünglich von H. Werninck & L. Senf, jetzt von Gebrüder Senf in Leipzig, seit 1874. Das unter den deutschen Sammlern verbreitetste Fachjournal, welches insbesondere den mittleren Sammlern am meisten empfohlen zu werden verdient.
5. Die „Wiener Illustrierte Briefmarken-Zeitung" von Sigmund Friedl in Wien. 1876 bis 1879, und dessen Fortsetzung „Die Weltpost", 1880—1884. Seither ist dieses Journal in ein Inseratenblatt übergegangen, welches weiter unten aufgeführt erscheint.
6. Die „Union" von Alwin Nieske in Dresden. 1877—1881.
7. Die „Berliner Illustrierte Briefmarken-Zeitung", und deren Fortsetzung, die „Deutsche Philatelisten-Zeitung" von Braunschweig & Harrwitz, später von G. Fouré in Berlin. 1878 bis 1887.
8. Die „Schweizer Illustrierte Briefmarken-Zeitung" von Robert Deyhle & Co. in Bern. 1879—1887. Behandelt hauptsächlich schweizerische Postwertzeichen.
9. Der „Philatelist" von E. Petritz, später Eigentum des Internationalen Philatelisten-Vereins in Dresden, seit 1880. Vereinsorgan des größten deutschen Vereines und eins der hervorragendsten deutschen Fachblätter.
10. Die „Wiener Briefmarken-Zeitung" von H. Koch in Wien. 1880—1890. Im Jahre 1892/3

sind noch einige Nummern dieser Zeitung erschienen, die aber nichts als persönliche Polemik enthalten.

11. Die „Mitteilungen des Wiener“ und später des „österreichischen Philatelistenclub“ in Wien, seit 1882.
12. Die „Vereinsmitteilungen des bayerischen Philatelisten-Vereines“ in München, später unter dem Titel „Das Postwertzeichen“, seit 1883.
13. Der „Philatelistische Börsencourier“ von C. Cl. Sauer in Mährisch Ostrau, seit 1886.
14. Die „Illustrirte Briefmarken-Zeitung“ von E. Heitmann in Leipzig, seit 1888.
15. Die „Postwertzeichenkunde“ von A. Larisch in München, verbunden mit einem Anzeigeblatt „Erdball-Mercur“, seit 1890. Dieses Blatt zählt die hervorragendsten Philatelisten Deutschlands zu seinen Mitarbeitern.
16. Die „Deutsche Briefmarken-Zeitung“ von Dr. H. Brendicke in Berlin, seit 1890.
17. „Der Austria-Philatelist“ von A. Eckert u. A. in Prag, ein neues aufstrebendes Blatt, das seit 1893 erscheint.

Von den hier aufgeführten Blättern erscheinen jene unter 4, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16 und 17 noch heute.

Von reinen Annoncenblättern sind hervorzuheben:

18. Der „Generalanzeiger für Philatelie“ von Ch. Sauerland in Hemer in Westfalen, welcher im 12. Jahrgange steht,
19. Die „Illustrirte Frankfurter Briefmarken-Zeitung“, jetzt „Universum“, von H. J. Dauth in Frankfurt a. M., im 13. Jahrgange,
20. „Die Weltpost“ von S. Friedl in Wien, im 19. Jahrgange, und
21. Das „Internationale Briefmarken-Offerten-blatt“ von C. G. Vogel in Pößneck in Thüringen, im 3. Jahrgange.

b) in englischer Sprache.

1. „The Stamp Collectors Magazine“ von S. und A. Smith in Bath, 1863—1874.
2. „The Philatelist“ von Smith Stafford & Co. in Brighton, 1866—1876.
3. „The Stamp Collectors Journal“ von C. H. Nunn in Bury St. Edmonds, seit 1872.
4. „The Philatelic Record“ von Stanley Gibbons & Co. in London, seit 1879.
5. „The Stamp News“ von Th. Bull in London, seit 1882.
6. „Stanley Gibbons Monthly Journal“ von Stanley Gibbons & Co., seit 1890.
7. „The Philatelic Journal of Great Britain“ von W. Brown in Salisbury, seit 1891.
8. „London Philatelist“, Vereinsorgan der London Philatelic Society, seit 1892.

Von den hier genannten Blättern werden alle bis auf jene unter 1 und 2 noch derzeit ausgegeben.

Von den in Amerika in englischer Sprache erscheinenden Blättern seien nur einige der hervorragendsten, noch jetzt zur Ausgabe gelangenden genannt, nämlich:

9. „The Philatelic Journal of America“ von Mekeel in St. Louis Mo., seit 1885.
10. „The American Philatelist“, herausgegeben von der American Philatelic Association in Altoona Pa., seit 1887, und
11. „The American Journal of Philately“, herausgegeben von der Scott Stamp & Coin Co. in New York, seit 1888.

c) in französischer Sprache.

1. „Le Timbre-Poste“ von J. B. Moens in Brüssel, seit 1863. Eins der hervorragendsten Fachblätter

aller Nationen, und das einzige, welches seit Beginn der philatelistischen Litteratur bis zum heutigen Tage ununterbrochen erscheint.

2. „Le Timbrophile" von P. Mahé in Paris, 1864 bis 1871.
3. „Le Collectionneur de Timbre-Poste" von A. Maury in Paris, seit 1864.
4. „L'Ami des Timbres" von Ch. Roussin in Paris, seit 1874. Diesem Blatte ist ein fortlaufender Markenkatalog beigegeben.
5. Die Bulletins des großen Pariser Vereines „Société Française de Timbrologie", seit 1875. Es erscheinen jährlich nur zwei bis vier Nummern.
6. „Le Timbre", herausgegeben vom Niederländischen Philatelisten-Verein in Amsterdam, seit 1888.
7. „Gazette Timbrologique" von J. Poncin in Paris, seit 1891.

Die hervorragendsten Annoncenblätter sind:

8. „L'Echo de la Timbrologie" von A. Fremy in Paris, seit 1887, und
9. „L'Annonce Timbrologique" von A. Dethier in Lüttich, seit 1890.

Hiervon erscheinen heute noch alle bis auf Nr. 2.

d) in italienischer Sprache.

1. „La Posta Mondiale" von P. R. de Torres in Livorno, 1873—1874.
2. „Corriere dei Francobolli" von Th. di L. Mayer in Triest, 1875—1879.
3. „Guida Illustrata del Timbrofilo" von G. Leoni in Bologna, 1876—1880.

Diese Blätter existieren nicht mehr. Heutige italienische Journale sind:

4. „Revista Filatelica Internationale“, herausgegeben vom Philatelistischen Verein in Mailand, seit 1891.
5. „Moderno Raccoglitore“ von F. Barelli in Turin, seit 1892.
6. „Corriere Filatelico Italiano“ in Florenz, seit 1892.

e) in holländischer Sprache.

1. „Nederlandsch Tijdschrift voor Postzegelkunde“, herausgegeben vom Vereine für Briefmarkenkunde in Amsterdam, seit 1884.

f) in schwedischer Sprache.

1. „Tidning för Frimaerksamlare“ von W. Andreen in Stockholm, seit 1886.

Außerdem giebt es auch noch Zeitschriften in spanischer, portugiesischer, dänisch-norwegischer und rumänischer Sprache, die aber von geringerer Bedeutung sind.

Dagegen seien noch einige Blätter für besondere Gebiete der Postwertzeichen und der Stempelkunde erwähnt.

Es existieren nämlich zwei Blätter, die lediglich dem Interesse der Postkartensammler gewidmet sind, u. z.

1. „La Carte Postale“ von A. Schöller in Paris in französischer Sprache, seit 1890, und
2. „Postal Card“ von G. Watson und A. Lohmeyer zu Roselle in New Jersey in den Vereinigten Staaten, in englischer Sprache, seit 1889, und ebenso zwei Blätter, die nur die Stempelkunde behandeln, nämlich:

1. „Le Timbre Fiscal“ von J. B. Moens in Brüssel, in französischer Sprache, seit 1874, und
2. Der „Fiscal Philatelist“ von F. G. C. Lundy in London, in englischer Sprache, seit 1892.

Was die Telegraphenmarken anbelangt, so werden dieselben von J. B. Moens in der „Timbre Poste“ und von A. Roussin im „L'Ami des Timbres“ berücksichtigt.

Um den Lesern dieses Buches einen ungefähren Begriff von dem Umfange der philatelistischen Zeitungslitteratur zu geben, sei bemerkt, daß in Europa bis zum Jahre 1892:

a)	in deutscher Sprache	109	zusammen 327
b)	in englischer „	154	
c)	in französischer „	37	
d)	in italienischer „	13	
e)	in holländischer „	3	
f)	in schwedischer „	1	
g)	in spanischer „	4	
h)	in portugiesischer „	2	
i)	in rumänischer „	3	
k)	in griechischer „	1	

verschiedene Zeitschriften erschienen sind.

Weit übertroffen wird Europa jedoch von Nordamerika, wo im gleichen Zeitraume

l) in den Vereinigten Staaten allein 384 und

m) in Kanada 27 Zeitungen verausgabt wurden.

Minder fruchtbar ist Südamerika, doch sind auch hier sowie auch in Australien, und selbst auf den Sandwichs-Inseln, eine Reihe von Briefmarkenzeitungen u. z. in Südamerika zumeist in spanischer und portugiesischer und in Australien in englischer Sprache zur Ausgabe gelangt.

II. Handbücher.

Man unterscheidet General-Handbücher, welche alle erschienenen Postwertzeichen, und Spezial-Handbücher, welche entweder nur die Postwertzeichen gewisser Länder, oder nur einzelne Gattungen von Postwertzeichen enthalten.

a) General-Handbücher.

1. R. Senf, „Handbuch sämtlicher Postmarken, Briefumschläge, Streifbänder, Postkarten ꝛc." in zwei Teilen. Siebente Auflage. Leipzig 1891—1893. Dieses Handbuch ist derzeit das einzige in deutscher Sprache, welches vollständig ist. Dasselbe kann insbesondere den kleinen und mittleren Sammlern empfohlen werden.
2. Das „Große Handbuch der Philatelie", ursprünglich von O. Teltz, später von C. Lindenberg und zuletzt von Vittinghoff und Anheißer bearbeitet, Leipzig 1887—1891, von welchem aber nur 27 Lieferungen, bis inklusive Mexiko (nicht vollendet), erschienen sind. Bemerkt sei, daß die Lieferungen 2 und 3 von Dr. Kalckhoff neu bearbeitet wurden. Leipzig 1890 bis 1891, Verlag von E. Heitmann. Dieses Handbuch entspricht den Anforderungen selbst der größten Sammler, und es ist nur zu bedauern, daß es ein Rumpfwerk geblieben ist.

b) Spezial-Handbücher.

1. R. Friederich, „Die Postwertzeichen von Spanien und seinen Kolonien". Berlin 1894.
2. Glasewald, Sattler und Wagner, „Handbuch der deutschen Privatpostwertzeichen". Gößnitz (im Erscheinen begriffen).
3. Dr. Paul Kloß, „Geschichte der Postwertzeichen von Sachsen". Dresden 1882.
4. A. Larisch, „Postkarten-Katalog". München 1891.
5. E. v. Leman, „Spezialkatalog der schweizerischen Postwertzeichen". Lausanne 1889.
6. H. Lübkert, „Handbuch aller Postwertzeichen der Ruralposten von Rußland". Wien 1882.
7. Ferd. Meyer, „Handbuch für Postmarken-Sammler mit 8 Nachträgen". (Behandelt nur die aufklebbaren Marken.) Nürnberg 1881—1893.

8. E. v. Neulinger, „Spezialkatalog sämtlicher Brief- und Zeitungsmarken von Österreich-Ungarn". Wien 1888.
9. O. Pfenninger, „Handbuch der Schweizer Postwertzeichen". Lausanne 1890.
10. A. de Reuterskiöld, „Die Kantonalmarken (der Schweiz) und deren Fälschungen". Lausanne 1890.
11. Otto Rommel, „Studie über die Postwertzeichen von Peru". München 1890.
12. R. Rosenkranz, „Die Schleswig-Holsteinische Post 1848—1852 und deren Postschillinge". Leipzig 1891.
13. L. Senf, „Illustriertes Postkarten-Handbuch". Leipzig 1890.
14. H. Wilde, „Die Postwertzeichen von Lübeck". Leipzig 1889.
15. A. Wülbern, „Die Postwertzeichen Helgolands". Bremen 1891.
16. Joris & Sedlmayr, „Geschichte und Katalog der Postwertzeichen von Bayern". München 1892—94. Die Geschichte ist beendet, der Katalog im Erscheinen begriffen.
17. Otto Rommel, „Die Postwertzeichen des Bergedorfer Postbezirkes" mit einem Nachtrage. München 1892.
18. C. Lindenberg, „Die Briefumschläge der deutschen Staaten", wovon bisher neun selbständige Monographien erschienen sind. Berlin 1892—1893.
19. F. Schüller, „Die persische Post und die Postwertzeichen von Persien und Buchara". Wien 1893.
20. L. Berger, „Die Postwertzeichen des Herzogtums Braunschweig". Braunschweig 1893.
21. C. Pfaff, „Über Bergedorfer Briefmarken auf Grund amtlicher Bestimmungen". Hannover 1891.
22. H. Roggenstroh, „Die Postwertzeichen von Rumänien". Magdeburg 1894.
23. O. Riise, „Die Postmarken von Dänemark". München 1893.

Diese Fülle neuerer Spezialwerke giebt ein beredtes Zeugnis von deutschem Forschergeist.

Da in neuerer Zeit auch dem Entwertungsstempel größere Beachtung geschenkt wird, so seien noch einige Monographien erwähnt, welche sich speziell damit beschäftigen, nämlich:

24. A. Reinheimer, „Katalog der deutschen Entwertungsarten von 1849—1875". Zwei Hefte. Frankfurt a. M. 1891—1892.
25. A. Reinheimer, „Der bayerische Mühlradstempel". 1892.
26. O. Pfenninger, „Kantonale und schweizerische Postentwertungsstempel". Lausanne 1891.

Endlich seien noch folgende, für die Briefmarkenkunde wichtige Spezialwerke hier aufgeführt und zwar:

27. O. Kausch, „Die Sprachwissenschaft in der Briefmarkenkunde". Zweite Auflage. Leipzig 1891.
28. Dr. Kalckhoff, „Verzeichnis der staatlichen Neudrucke" mit einem Nachtrage. Leipzig 1892—1893.
29. Dr. A. Moschkau, „Die Wasserzeichen auf den Briefmarken". Vierte Auflage. Leipzig 1880.
30. Dr. A. Moschkau, „Handbuch für Essaissammler". Leipzig 1875.

Was die hervorragendsten Sammelbücher betrifft, so sind dieselben schon früher angeführt worden.

Die Stempelkunde ist in der deutschen Litteratur nur durch zwei Werke vertreten, nämlich durch

31. Dr. A. Perlep, „Katalog der Stempelmarken aller Staaten", Leipzig 1880, und
32. W. Hartung, „Die Wechselstempelmarken, ihre Verwendung und ihre Verwertung". Leipzig.

Wer über Inhalt und Umfang der deutschen philatelistischen Litteratur weitere Aufklärung wünscht, suche sie in

33. V. Suppantschitsch, „Bibliographie, zugleich Nachschlagebuch der deutschen philatelistischen Litteratur bis Ende 1891, nebst einem Abriß der Geschichte der

Philatelie mit besonderer Berücksichtigung Deutschlands und einer kurzen Geschichte der deutschen philatelistischen Litteratur". München 1893—1894.

Was die ausländische Litteratur in Bezug auf General- und Spezialhandbücher betrifft, so kommen hauptsächlich wohl nur französische und englische Werke in Betracht. Das beste Generalhandbuch in französischer Sprache ist der „Catalogue Prix Courant de Timbres-Postes" von J. B. Moens in Brüssel, welcher auch die Telegraphen- und Stempelmarken umfaßt und vor kurzem in siebenter Auflage erschienen ist. Es ist dies der größte und vollständigste Katalog, der über Marken irgendwo ausgegeben wurde. Außerdem hat Moens eine Reihe von Monographien über die Marken einzelner Länder, wie z. B. von Sachsen, Mecklenburg-Schwerin und -Strelitz, Luxemburg, dem Thurn und Taxisschen Postgebiete, Ägypten und dem Kanal von Suez, Belgien, Württemberg, der Argentinischen Republik, Natal u. s. w., und im Jahre 1892 ein umfassendes Werk über die Marken von Spanien unter dem Titel „Histoire des Timbres-Poste et de toutes les marques d'affranchissement employés en Espagne suivi de l'Histoire des Timbres fiscaux mobiles, depuis leur origine jusqu'à nos jours", welches allein 564 Seiten umfaßt, veröffentlicht.

Einen weitern vollständigen Katalog veröffentlicht auch Ch. Roussin in Paris gleichzeitig mit seiner Zeitung „L'Ami de Timbres". Außerdem verdient noch der Katalog von Barbarin genannt zu werden. Ende 1893 erschien eine Monographie über die Postwertzeichen von Brasilien von C. Ottoni Vieira in Paris.

Von englischen Handbüchern und Katalogen sind jene von Dr. Gray, Major Evans, Stanley Gibbons & Co. in London, von Scott, Seebeck, Mekeel ꝛc. in den Vereinigten Staaten von Nordamerika zu nennen.

Von englischen Spezialwerken seien aufgeführt: Die Monographien von F. A. Philbrick und W. A. S. Westoby über die Post- und Telegraphenmarken von

Großbritannien; der Londoner Philatelic Society über die Briefmarken, Couverts ꝛc. der britischen Kolonien von Nordamerika; derselben Gesellschaft über die Briefmarken, Couverts ꝛc. von Tasmania; des Andrew Huszon über die Postmarken von Neu-Süd-Wales; der Philatelic Society in London über die Postwertzeichen von Australien; des W. A. S. Westoby über die Briefmarken des Vereinigten Königreiches Großbritannien und Irland; des John K. Tiffany in St. Louis Mo. über die Geschichte der Briefmarken der Vereinigten Staaten.

Außerdem giebt es Lehrbücher, Adreßbücher, Jahrbücher, Taschenbücher, Kalender ꝛc., deren Zahl Legion ist und die hier nicht näher angegeben werden können.

Die Vereine.

Ein mächtiger Faktor in der Entwickelung der Briefmarkenkunde ist das Vereinswesen. Wenn dasselbe auch in England seinen Ursprung hat, wo schon im Jahre 1865 ein Verein „The Bridlington Amateur Association" bestand, dessen Mitglieder neben Münzen, Autographen ꝛc. auch Briefmarken sammelten, so muß doch Deutschland als die eigentliche Domäne der Briefmarkensammelvereine angesehen werden, denn sie sind in keinem andern Lande zu einer ähnlichen Entfaltung gelangt, wozu wohl die gesellige Natur des Deutschen und seine im Volkscharakter gelegene Neigung zur Vereinsbildung im allgemeinen beigetragen haben mag. Schon im Jahre 1869 finden wir in Heidelberg eine Vereinigung von Briefmarkenfammlern, die sich „Süddeutscher Philatelisten-Verein" nannte und ein eigenes Fachblatt, den „Bazar", als Vereinsorgan schuf. Im Jahre 1871 gründeten Dr. Moschkau, Alexander Treichel und Dr. Arldt den „Norddeutschen Philatelisten-Verein" in Dresden und auch Zittau besaß zu gleicher Zeit eine ähnliche Vereinigung. Ende 1871 wurde von Louis May in Hamburg der „Briefmarkenjournal-Lesezirkel" eröffnet,

der später den Titel „Hamburger Philateliſtenclub“ annahm. Im Jahre 1873 wurde in Bremerhafen, im Jahre 1874 in Peſt und in raſcher Aufeinanderfolge in Schleuſingen, Schwelm, Kiel, Wien, Breslau, Berlin, Cöthen, Leipzig, Bern u. ſ. w. Briefmarkenſammelvereine gegründet. Alle dieſe Vereine verfolgten den Zweck einerſeits der geſelligen Unterhaltung, anderſeits aber auch der fachlichen Belehrung. Insbeſondere fanden periodiſche Zuſammenkünfte ſtatt, bei denen die Mitglieder ſich ihre Erfahrungen auf dem Gebiete des Briefmarkenſammelweſens mitteilten, größere Sammlungen, Fälſchungen ꝛc. zur Beſichtigung vorlegten u. ſ. w.

Aus dieſen kleinen Anfängen hat ſich im Laufe der letzten zehn bis zwölf Jahre jenes gewaltige Vereinsweſen entwickelt, deſſen ſich Deutſchland heute rühmen kann. Eine ganz beſondere organiſatoriſche Thätigkeit hat der im Jahre 1877 gegründete „Internationale Philateliſten-Verein“ in Dresden entfaltet. Noch bis zum Jahre 1880 unſcheinbar, hat ſich derſelbe ſeither zum größten und leitenden Vereine in Deutſchland emporgeſchwungen, deſſen Mitgliederzahl heute ungefähr 2000 beträgt, die ſich in etwa 40 Sektionen über die ganze Erde verteilen. Sein Vereinsblatt „Der Philateliſt“ zählt zu den gediegenſten deutſchen Fachblättern und iſt das Emporblühen ſowohl des Vereins als auch der Zeitung in erſter Linie dem ebenſo energiſchen als zielbewußten Vorgehen ſeines geweſenen erſten Sekretärs, Dr. Paul Kloß, eines Philateliſten und philateliſtiſchen Fachſchriftſtellers von Ruf, welcher die Seele des Vereines war, zuzuſchreiben.

Inzwiſchen wurden auch in anderen deutſchen Staaten Vereine gegründet, welche es zu großer Bedeutung gebracht haben, wie: der „Bayeriſche Philateliſten-Verein“ in München (gegründet 1883), der „Verein für Briefmarkenkunde“ in Frankfurt a. M. (1878), der „Württembergſche Philateliſten-Verein“ in Stuttgart (1882), der „Mitteldeutſche Philateliſten-Verband“ zu Gößnitz in Sachſen-

Altenburg (1889), der Verein „Philatelia" zu Braunschweig, der Berliner „Philatelistenclub", die Vereine zu Lübeck, Magdeburg, Hamburg, Straßburg ꝛc.

Auch Österreich blieb nicht zurück. Daselbst vereinigten sich im Jahre 1885 die getrennt bestandenen zwei Vereinigungen, nämlich der Briefmarkensammler-Centralverein und der Wiener Philatelistenclub, zum „Österreichischen Philatelistenclub", welcher mit zu den größten Vereinen deutscher Zunge gehört und eine Reihe großer Sammler zu seinen Mitgliedern zählt. Außerdem bestehen größere Vereine in Prag, Budapest, Mährisch Ostrau, Graz ꝛc.

Die Vorteile, welche die Vereine ihren Mitgliedern bieten, sind außer dem gegenseitigen Meinungsaustausche und der gegenseitigen Belehrung, deren wir schon erwähnt haben, zumeist folgende:

Sie geben entweder selbst eine Vereinszeitung, wie der Internationale Verein in Dresden, der Bayerische Philatelisten-Verein in München, oder Vereinsmitteilungen, wie der Österreichische Philatelistenclub, der Berliner Philatelistenclub ꝛc., heraus, oder veröffentlichen doch ihre Sitzungsberichte in irgend einer andern Vereinszeitung, welche an alle Mitglieder versandt wird, und erwecken so bei denselben Interesse für die Fachlitteratur; sie konstituieren Prüfungsstellen, welche den Mitgliedern Postwertzeichen und zwar zumeist unentgeltlich prüfen; sie befördern unter den Mitgliedern den Austausch ihrer Doubletten und erleichtern ihnen den Ankauf der neu erscheinenden oder auch älteren Postwertzeichen dadurch, daß sie eigene Tausch- oder Kaufvereinigungen gründen; sie veranstalten öffentliche Ausstellungen von Postwertzeichen; sie gewähren einen kräftigen Schutz gegen Übervorteilungen durch Fälscher und unreelle Händler oder Sammler, indem sie ihre volle Vereinsautorität für die Interessen jedes einzelnen Mitgliedes einsetzen; sie legen Büchersammlungen an und gestatten den Mitgliedern die Benutzung derselben, u. s. w.

Dabei sind die Beiträge, die gefordert werden, in der Regel sehr mäßige, so daß jedem Sammler empfohlen werden kann, sich einem oder dem anderen Vereine anzuschließen.

Das Vereinswesen gedeiht aber auch in anderen Ländern Europas und auch Amerikas und selbst Australiens, wenngleich die Anzahl der Vereine dort keine so bedeutende ist, wie in Deutschland. Zu den größten Vereinen des Auslandes gehören: Die „Société française de Timbrologie“ in Paris, die Londoner „Philatelic Society“, die „National Philatelic Society“ in New York, die „St. Louis Philatelic Society“, die „Philatelic Society of Staten Island“, die „Philatelic Society of Australia“ u. s. w.

Prüfungsstellen.

Auch der vorgeschrittene, fachlich gebildete Sammler, der gewohnt und befähigt ist, Postwertzeichen auf ihre Echtheit zu prüfen, wird insbesondere, wenn es sich um Seltenheiten handelt, zuweilen in Verlegenheit sein, über die Echtheit von ihm angebotenen Marken zu entscheiden. Ja selbst dann, wenn ihm eine genaue Prüfung und seine eigene reiche Erfahrung sagen, daß ein Postwertzeichen echt ist, wird es ihm, bevor er sein teures Geld dafür auslegt, Beruhigung gewähren, wenn auch ein anderer, ebenso fachkundiger Sammler dasselbe als echt anerkennt. Noch viel wichtiger ist es, die Meinung anderer Markenkenner zu hören, wenn man sich selbst kein zuverlässiges Urteil zutraut oder wenn man über die Echtheit oder Unechtheit einer Marke im Zweifel ist.

Die Begierde, eine Seltenheit zu erwerben, einerseits, und die Furcht, eine Fälschung zu erhalten, anderseits haben zu dem Wunsche nach Organen geführt, welche auf Grund eigener großer Sammlungen und ihrer reicheren Erfahrungen in der Lage waren diese peinlichen Zweifel zu lösen. Auf diese Weise entstanden die Prüfungsstellen. In Deutschland war es Altmeister Dr. Moschkau, der die erste Prüfungsstelle

eröffnete, indem er sich auf Grund seiner eigenen großen Sammlung selbst erbot, Marken, und zwar unentgeltlich, auf ihre Echtheit zu prüfen. Der Zuspruch war jedoch bald ein so großer, daß er sich aus Zeitmangel gezwungen sah, seine diesfällige segensreiche Thätigkeit einzustellen. Im Jahre 1877 übernahm Postsekretär a. D. Wilhelm Herrmann in Berlin, dem damals eine fast vollständige Sammlung zu Gebote stand, die Stelle eines besoldeten Prüfungskommissärs, die er noch heute bekleidet. Als später das Vereinsleben sich zu entwickeln begann, nahmen die Vereine die Sache in die Hand und bestellten Prüfungskommissionen, welche allerdings nur die Marken ihrer Mitglieder prüften. Endlich wurden Spezialprüfungsstellen für die Marken einzelner Länder geschaffen, sodaß dem Sammler von heute hinreichend Gelegenheit geboten ist, sich über die Echtheit eines Postwertzeichens Aufschluß zu verschaffen.

Daß es keine leichte Aufgabe ist, Postwertzeichen mit Sicherheit für echt oder falsch zu erklären, und zwar insbesondere dort, wo von einem und demselben Postwertzeichen eine größere Anzahl von Typen vorhanden sind, oder bei primitiv ausgeführten Marken, ist schon in der Lehre von den Postwertzeichen erörtert worden, und nichts ist daher natürlicher, als daß auch Prüfungsstellen nicht selten unrichtige Gutachten abgeben. Bei Ankauf besonders großer Seltenheiten wird daher die Vorsicht beobachtet, sie vorerst mehreren Prüfungsstellen vorzulegen, wobei man die Erfahrung macht, daß die Urteile zuweilen widersprechend lauten, in welchem Falle man gut thun wird, von einer Erwerbung der Marke abzusehen.

Als einer der ersten Markenkenner Europas gilt J. B. Moens in Brüssel, der füglich als oberste Autorität angesehen werden kann.

Es ist vielfach die Frage aufgeworfen worden, ob die Prüfungskommissäre, die ihr Amt gegen Entgelt ausüben, für ihr Gutachten verantwortlich sind. Diese Frage läßt eine für alle Fälle zutreffende Beantwortung schon deshalb nicht

zu, weil sie von den Bestimmungen des bürgerlichen Rechtes abhängt, welche nicht in allen Ländern dieselben sind. Was speziell Deutschland betrifft, so sei auf die Ausführungen von Dr. Otto aus Wiesbaden in der „Postwertzeichenkunde" Jahrgang 1894 verwiesen. Die Entscheidung in einem diesfälligen Rechtsfalle ist bisher nicht bekannt geworden.

Von den Prüfungsstellen wird derzeit sehr ausgedehnter Gebrauch gemacht, der beste Beweis dafür, welches Bedürfnis nach dieser Institution herrscht.

Die Postwertzeichen-Ausstellungen.

Der Umstand, daß das Sammeln von Briefmarken ursprünglich hauptsächlich nur von der Schuljugend und überhaupt von jungen Leuten betrieben, sowie die Art, wie gesammelt wurde, indem beschädigte, zerrissene und beschmutzte Exemplare in die Sammlung aufgenommen und in der primitivsten Weise systemlos in abgegriffene Hefte unsauber eingeklebt wurden, nahm das Publikum gegen den neuen Sport ein. Man sah darin nur eine Spielerei, durch welche die Jugend vom Lernen abgezogen werde, ohne daß ein Vorteil wahrzunehmen sei. Dazu kam noch, daß das Markenschachern Besorgnisse über einen moralisch nachteiligen Einfluß des Sammelns auf die Kinderwelt wachrief. Man fand die Sache nicht nur lächerlich, sondern geradezu bedenklich. Mit der Zeit wichen zwar diese Besorgnisse, indem man sah, daß sich auch reifere Männer dem Sammeln widmeten und daß die befürchteten bösen moralischen Folgen bei der Jugend ausblieben, allein eine Sympathie konnte sich bei den Laien dafür nicht einstellen, weil ihnen das Sammelgebiet zu wenig bekannt war und sie davon keine Ahnung hatten, welche Quelle der Belehrung im Studium der Postwertzeichen liegt. Wenn nun auch die Journalistik hie und da in Unterhaltungs- oder selbst in Tagesblättern den Zweck und das Wesen des Briefmarkensammelns wohlwollend erörterte, so äußerte dies doch nur

geringe Wirkung, weil diese Artikel nur von sehr wenig Leuten und auch von diesen nur sehr flüchtig gelesen wurden und der Eindruck derselben daher kein nachhaltiger war. Erst die Postwertzeichenausstellungen wirkten reformierend. Ursprünglich wurden sie wohl nur entweder zu wohlthätigen Zwecken oder zur Belehrung der Sammler selbst veranstaltet, bald aber erblickte man darin ein Mittel, das Publikum mit den Zielen und Zwecken der Briefmarkenkunde und des Briefmarkensammelns vertraut zu machen und so die Vorurteile zu bekämpfen, welche in der Laienwelt gegen das Sammeln herrschten.

Die erste derartige Ausstellung veranstaltete Dr. Alfred Moschkau, welcher im Jahre 1870 seine bedeutende Sammlung zu Gunsten der Feldpostunterbeamten ausstellte. Seinem Beispiele folgten 1873 S. F. Friedmann in Wien und 1877 Paul Lietzow in Berlin, welch letzterer gleichfalls seine eigene sechs große Bände umfassende Sammlung zum Besten der Verwundeten der russischen Armee öffentlich ausstellte. Nun griffen auch die Vereine die neue Idee auf, und es fanden im Jahre 1881 seitens des Wiener Philatelistenclubs und 1882 seitens des Internationalen Philatelisten-Vereins in Dresden Ausstellungen statt, an denen sich schon eine größere Anzahl von Ausstellern beteiligte. Es folgten Ausstellungen in Stuttgart, München, Budapest, Antwerpen, Braunschweig u. s. w., die aber mehr oder minder nur örtliche Bedeutung hatten. Größer und bedeutender waren jene des Jahres 1889 in New York, Amsterdam und München, welche schon einen großen Zuzug von Philatelisten veranlaßten.

Aber erst das Jahr 1890, in welchem das 50jährige Jubiläum der Erfindung und Einführung der aufklebbaren Briefmarken gefeiert wurde, brachte wirklich großartige Ausstellungen, welche unter staatlicher Protektion abgehalten wurden und die Aufmerksamkeit des Publikums in hohem Grade fesselten. Es waren dies die Erste Internationale Postwertzeichen-Ausstellung in Wien, welche in den Räumen

des k. k. Museums für Kunst und Industrie untergebracht war und bei welcher dem Verfasser dieses Buches die Ehre zuteil wurde, als Präsident der Jury wirksam zu sein, und die ebenfalls internationale Postwertzeichen-Ausstellung in London, welche von der dortigen „Philatelic Society" veranstaltet und vom Herzoge von Edinburg, einem Mitgliede des königlichen Hauses, der selbst Sammler ist, eröffnet wurde.

Der Ausstellung in Wien wurde sogar die hohe Auszeichnung zuteil, von Sr. Majestät dem Kaiser von Oesterreich Franz Josef I. und mehreren Erzherzogen besucht zu werden. Im gleichen Jahre fanden Ausstellungen in Magdeburg und St. Gallen und seither solche in Paris, Zürich, Mailand ꝛc. statt.

Die Vorteile dieser Ausstellungen lagen aber nicht allein in der Belehrung der Laienwelt, sondern auch in der Förderung der Briefmarkenkunde und in der Belebung des Sammeleifers, welcher in den von der Jury zuerkannten Preisen seinen höchsten Lohn fand. Was für Riesenwerte in seltenen Postwertzeichen bei den Ausstellungen in Wien und London aufgespeichert waren, davon hat nur derjenige eine Ahnung, der eine derselben besichtigen zu können das Glück hatte. Aus ganz Europa strömten die Sammler zusammen, um sich an den Schätzen derselben zu ergötzen und Belehrung zu schöpfen.

Philatelistenkongresse.

Die Fachpresse gab den Sammlern ein erwünschtes Mittel an die Hand, sich gegenseitig zu verständigen, Meinungen auszutauschen, Wünschen Ausdruck zu geben, Anträge zu stellen, Mißbräuche zu beleuchten, Fälschungen an den Pranger zu stellen, Neuerscheinungen bekannt zu machen, Tausch und Kauf zu vermitteln u. s. w. Allein wie verhältnismäßig wenig Personen hatten Lust oder Befähigung, sich dieses Verständigungsmittels zu bedienen, und wie

Vieles eignete sich überhaupt nicht dazu, schriftlich niedergelegt zu werden. Es machte sich naturgemäß das Bedürfnis nach einem ungezwungenen mündlichen Verkehre geltend, bei dem nicht jedes Wort auf die Wagschale gelegt, nicht jeder Gedanke in tadelloser Form zum Ausdrucke gebracht werden mußte. Sammler, die in großen Städten beisammen lebten, hatten es nun freilich leicht, untereinander Fühlung zu suchen und zu finden, aber anders stand es mit den vielen anderen Sammlern, die in kleinen Provinzstädten oder auf dem Lande wohnten. Diese führte nur selten ein glücklicher Zufall mit einer gleichbesaiteten Seele zusammen und doch hatten auch sie die Sehnsucht, mit Fachgenossen mündlich zu verkehren. Man begann daher Zusammenkünfte von Sammlern und zwar zunächst nur für ein engeres Gebiet zu veranstalten. Auch darin ging Deutschland den anderen Ländern voraus, wenigstens ist nicht bekannt geworden, daß im Auslande derlei Zusammenkünfte stattgefunden hätten. Die erste derartige örtliche Vereinigung benachbarter Sammler fand im Jahre 1872 statt, wobei Lübeck als Versammlungsort gewählt wurde. Im Jahre 1876 war es Berlin, dann Dresden und Hamburg, wo solche Zusammenkünfte stattfanden. Für die Philatelie blieben dieselben ohne Belang. Die einzige Vereinigung von Sammlern, welche für unser Studium von thatsächlicher Bedeutung war, war der Philatelistenkongreß zu Paris im Jahre 1878.

Derselbe wurde von der in Dresden erschienenen Briefmarkenzeitung „Union" in Anregung gebracht und von der Société française de Timbrologie in Paris durchgeführt. Der Kongreß tagte mehr als sechs Wochen und war ernsten Studien gewidmet, von denen die Kongreßberichte, welche noch heute ein nicht zu unterschätzendes wissenschaftliches Material liefern, ein beredtes Zeugnis ablegen. Vom Kongresse ging aber auch eine befruchtende Anregung für die ganze philatelistische Welt aus und es wetteiferten die ersten Sammler Europas, Arbeiten auf philatelistischem

Gebiete zu liefern. Die nennenswertesten sind: Dr. Legrand, „Über die einheimischen gravierten Marken von Mauritius", Dr. Paul Kloß, „Über die Couverte von Preußen mit dem Reliefporträt Friedrich Wilhelm IV.", Pardo de Figuera (Dr. Thebussem), „Über die Philatelie und die Post", A. Maury, „Über die Marken von Neu-Caledonien", Th. von Bosredon, „Über die Briefmarken, betrachtet in Bezug auf die Zeichnungen, die sie darstellen ꝛc.", Usigli, „Über das filigranierte Papier der sardinischen Marken von 1819" und mehrere andere.

Leider blieb dieser Kongreß ohne Nachfolger.

Die weiteren Vereinigungen, die unter dem Namen der Philatelistentage und der Wanderversammlungen bekannt sind, hatten einen ganz anderen Charakter und beschäftigten sich zumeist, jedoch in wenig glücklicher Weise, mit praktischen Fragen des Briefmarkensammelns. Bisher wurden im ganzen fünf solcher Philatelistentage abgehalten und zwar 1889 in Mainz, 1890 in Frankfurt a. M., 1891 in Dresden, 1892 in Prag, 1893 in Berlin und 1894 in Kiel. Übrigens hatten sie keinen internationalen Charakter und waren demgemäß auch nur von deutschen Sammlern besucht. Die Wanderversammlungen, wie solche der Internationale Philatelisten-Verein in Dresden veranstaltet, sind hauptsächlich geselligen Zwecken gewidmet. Einen nennenswerten Erfolg haben die Philatelistentage bisher nicht erzielt.

Die Briefmarkenbörsen.

Die Briefmarkenbörsen vorfolgen den Zweck, dem Sammler Gelegenheit zu geben, Kauf, Tausch und Verkauf von Postwertzeichen in periodisch wiederkehrenden Zusammenkünften bewerkstelligen zu können. Zu diesem Behufe finden gewöhnlich wöchentlich Versammlungen im Börsenlokale statt, zu denen die Mitglieder die zu veräußernden Postwertzeichen mitbringen. Hierbei werden sowohl einzelne Marken (en détail) als auch ganze Partien von Postwertzeichen

(en gros) und selbst ganze Sammlungen gekauft und verkauft. Dadurch ist insbesondere auch Händlern die Gelegenheit geboten, sich die für ihr Geschäft erforderlichen Markenvorräte zu beschaffen. Die hierbei erzielten Preise bilden dann den Kurswert der Marken und werden im Vereinsberichte veröffentlicht. Der Vorteil, der hieraus für den Briefmarkenhandel, aber auch für den einzelnen Sammler erwächst, ist so klar, daß er einer nähern Erörterung nicht bedarf.

Aus dem Zwecke und der Einrichtung der Briefmarkenbörsen ergiebt sich aber auch, daß dieselben nur in großen Städten, wo eine ansehnliche Anzahl von Sammlern und Händlern wohnt, gedeihen können, und thatsächlich ist dies auch der Fall, indem sich nur Städte wie Hamburg, Lübeck, Bremen, Frankfurt a. M., Braunschweig, Berlin, Wien, Paris, München, Mannheim, Mainz, Breslau u. s. w. solcher Börsen erfreuen und beziehungsweise erfreuten.

Eine der ältesten Briefmarkenbörsen ist jene zu Paris, die schon zu einer Zeit bestand, wo man in Deutschland noch kaum angefangen hatte Briefmarken zu sammeln. In Deutschland wurden die ersten Börsen und zwar schon im Jahre 1864 zu Frankfurt und Braunschweig errichtet. Ihnen folgten jene von Hamburg, Bremen und Lübeck und später von Berlin. Allerdings bestand im Jahre 1864 auch in dem kleinen Kaufbeuren eine Börse, doch wurden die Geschäfte hier — wie es ja selbstverständlich ist — zumeist nur brieflich abgeschlossen, so daß diese Einrichtung keine Börse in dem Sinne, den wir jetzt damit verbinden, war und diesen Namen daher nicht verdiente.

Daß dieser Einrichtung ein gesunder und lebensfähiger Kern innewohnt und daß sie einem wirklichen Bedürfnisse entspringt, beweist der Umstand, daß sich dieselbe bis zum heutigen Tage erhalten hat, und daß noch immer ab und zu Briefmarkenbörsen neu errichtet oder an Orten, wo früher welche bestanden hatten, aber im Laufe der Jahre eingegangen waren, wieder eröffnet werden.

Die Briefmarkenversteigerungen.

Eine weitere, das Sammelwesen sehr fördernde Einrichtung sind die Briefmarkenversteigerungen.

Dieselben sind eine Einrichtung der Nordamerikaner. Nicht als ob nicht auch schon in Europa hie und da versteigerungsweise Veräußerungen von Postwertzeichen stattgefunden hätten. So wurde im Jahre 1877 ein Pariser Ballonbrief in Berlin versteigert, und am 5. März 1884 fand die Versteigerung der Sammlung des Konrad Dinckler in Hamburg statt. Auch einzelne Vereine, wie der ehemalige Hamburger Philatelistenclub, veranstalteten an ihren Vereinsabenden hie und da kleine Versteigerungen von Postwertzeichen, allein nicht das ist es, was wir heute unter dem Ausdrucke „Briefmarkenversteigerung" verstehen. Mit diesem Worte werden heute jene großen öffentlichen Veräußerungen von Postwertzeichen bezeichnet, welche von großen Händlern an vorausbestimmten Tagen in besonderen Lokalitäten unter genau festgesetzten Satzungen veranstaltet und nach vorausgegangener öffentlicher Bekanntmachung abgehalten werden.

Die erste derartige Versteigerung fand am 28. Mai 1870 in Nordamerika statt, wo ein Händler namens William Leavitt einen ganzen, 270 Katalognummern umfassenden Posten von Postwertzeichen öffentlich feilbieten ließ. Das Ergebnis war ein Erlös von 477 Dollar = etwa 2000 Mark. Seither haben sich diese Versteigerungen in Nordamerika derart eingebürgert, daß jetzt keine Woche vergeht, in der nicht eine oder mehrere solcher Versteigerungen stattfinden. Zu den bekanntesten amerikanischen Veranstaltern von Postwertzeichenversteigerungen gehören die Firmen: Bogert & Durbin, J. Casey, E. Frossard, H. Gremmel, J. Krebs, A. Rogers, Albrecht & Co. in New York, Bradt & Co. in Chicago, H. F. Ketcheson in Montreal, T. Clark in Belleville, vor allem aber die Scott Stamp & Coin Co. in New York, u. a.

Diese Firmen geben eigene Auktionskataloge aus, welche auf das luxuriöseste ausgestattet sind, die Satzungen, unter denen der Verkauf stattfindet, enthalten und an alle bekannten Vereine, Händler und Sammler in Amerika und Europa versendet werden. Die Käufer, die entfernt wohnen, brauchen zur Versteigerung nicht zuzureisen, sondern füllen ein dem Kataloge beigelegtes Blankett aus, worin sie den Posten, den sie zu erstehen wünschen (das lot), bezeichnen und den Preis einsetzen, den sie dafür bieten. Selbstverständlich müssen Käufer, die mit dem Auktionator nicht in Geschäftsverbindung stehen, auch den Kaufschilling beifügen. Bleiben sie Meistbieter, so wird ihnen das erstandene lot übersendet, andernfalls aber der beigeschlossen gewesene Kaufschilling rückerstattet. Auf diese Weise ist es schon manchem auswärtigen Käufer gelungen, einen Posten, für den zufällig kein Bewerber vorhanden war, billig zu erstehen. Die Scott Stamp & Coin Co. in New York hat schon über 120 solcher Versteigerungen veranstaltet und Kataloge ausgegeben.

In Europa waren es zunächst die Engländer, welche es den Amerikanern nachthaten. Hier sind es die Firmen: Bull & Cooper, Chevelley & Co., W. Hadlow, J. Phillips, Phillips, Lea & Davies, Th. Buhl, Th. Thomson, sämtlich in London, u. a., welche derlei Versteigerungen veranstalteten. Seit neuerer Zeit hat dieser Vorgang auch in Deutschland Anklang gefunden, und hat bisher der Internationale Postwertzeichenhändler-Verein in Berlin eine Reihe solcher öffentlicher Versteigerungen, allerdings mit dem Unterschiede abgehalten, daß statt der luxuriösen amerikanischen Kataloge einfache Preislisten ausgegeben wurden, in denen die einzelnen Posten, die zur Veräußerung gelangen sollten, kurz angeführt waren. Diese öffentlichen Versteigerungen haben den weiteren großen Vorteil, daß eine Vergleichung der dabei erzielten Preise einen sicheren Maßstab für die Bewertung der Marken bildet, zumal, insbesondere in den amerikanischen Katalogen, der äußere Zustand, in welchem sich die einzelnen

Postwertzeichen befinden, nach gewissen Abstufungen (Prachtstück, feines Exemplar, gut erhalten, stark abgestempelt, etwas beschmutzt u. dgl.) möglichst genau angegeben ist.

Nach der Versteigerung pflegen die Auktionatoren in die Restbestände der Kataloge die erzielten Preise der Postwertzeichen einzusetzen und die Kataloge so zu verkaufen, und in England werden sogar Bücher, welche Zusammenstellungen der bei den Versteigerungen des letzten Jahres erzielten Preise enthalten, und Epitome heißen, verfaßt und verkauft und finden reißenden Absatz.

Dritter Teil.

Geschichte der Philatelie mit besonderer Berücksichtigung Deutschlands.

Die Engländer sind die Erfinder der Briefmarken und England ist auch die Wiege der Philatelie. Wie es nun dazu kam, daß man die Briefmarken zu sammeln begann und wer zuerst auf diesen Gedanken verfiel, ist nicht bekannt und wird kaum je bekannt werden. Man erzählt sich zwar, daß es anfangs der fünfziger Jahre in England einen Lehrer gab, der seine Schüler anleitete Briefmarken zu sammeln, um in ihnen dadurch die Lust zum Studium der Geographie und Geschichte zu wecken, allein die Geschichte ist nicht verbürgt und schließt, wenn sie auch auf Wahrheit beruhen sollte, nicht aus, daß schon vordem andere Leute Briefmarken gesammelt haben. Andere behaupten wieder, daß das Sammeln infolge einer Wette üblich geworden sei, die darin bestand, daß Jemand einen Preis auf das Zustandebringen einer bestimmten großen Menge Marken in einem gegebenen Zeitraume aussetzte, indem man durch die verschiedenen Marken, die man auf diese Weise zusammengebracht hatte, angeregt dieselben nach ihren Arten und Gattungen zu sammeln begann.

Sei dem wie ihm wolle, so viel ist gewiß, daß das Sammeln in England seinen Anfang nahm. Das

ist auch ganz erklärlich. In England, dessen Schiffe alle Meere beherrschen und dessen Kolonialbesitz sich über alle Weltteile erstreckt, strömten Briefmarken aus den fernsten Ländern zusammen und ermöglichten es dem Liebhaber, sich auf die leichteste Weise das Material für eine solche Sammlung zu verschaffen. Insbesondere in den großen Küstenstädten, wo Schiffe aller Nationen einliefen, gab es die schönsten Marken in Hülle und Fülle. Vorerst sammelte nur die Jugend, der man das Sammeln als eine unschuldige Spielerei durchgehen ließ, und es dadurch unterstützte, daß man den Kindern selbst die Marken, die auf ausländischen Briefen klebten, auslieferte. Auf diese Weise hatte sich die Sammellust unter der Schuljugend bald über ganz England verbreitet. Die übrigen Sammelzweige wurden vernachlässigt, Schmetterlinge, Käfer, Konchylien, Mineralien und dergl. wurden bei Seite gelegt und alles wendete sich mit Leidenschaft den schönen Bildchen zu, die aus fernen romantischen Ländern kamen, keines mühsamen Aufsuchens oder Fangens, keiner zeitraubenden Präparierung bedurften, keinen Raum einnahmen und zu allen Jahreszeiten, das ganze Jahr hindurch, gesammelt werden konnten. Es dauerte nicht lange, so übersprang die Sammellust den Ärmelkanal und verpflanzte sich nach Frankreich und Belgien, wo die neue Religion anfänglich ebenfalls unter der Jugend begeisterte Anhänger fand. Eine Reihe von Jahren tobte die Leidenschaft nur in diesen Ländern und insbesondere Deutschland blieb kalt. Erst zu Ende der fünfziger Jahre ergriff die Seuche auch die deutsche Jugend und nun ging der gleiche Tanz in Deutschland und Österreich los. Eigentümlich ist, daß Italien, Spanien und Portugal, deren Bewohner doch der leichtblütigen romanischen Race angehören, der Ansteckung lange widerstanden, wie denn überhaupt in diesen Ländern, besonders aber in Spanien und Portugal, das Briefmarkensammeln nie eine besonders intensive Form angenommen hat. In dem übrigen Europa wurde fast gar nicht gesammelt. In Dänemark gewann die Liebhaberei noch

verhältnismäßig zuerst Boden, da sie von Deutschland dahin eingeführt wurde, Rußland folgte erst lange darnach und zwar in sehr gemäßigtem Tempo dem Beispiele, während sich in der Türkei und in den Balkanländern das Sammeln erst in letzter Zeit bemerkbar machte. Dagegen blühte es in den Vereinigten Staaten von Nordamerika schon zu einer Zeit mächtig auf, als in Europa nur erst in England, Frankreich und Belgien gesammelt wurde, und gelangte dort im Laufe der Jahrzehnte zu einer Entfaltung, welche jener in Europa zum Mindesten die Wage hält. Der Süden Amerikas blieb lange verstockt, bis sich seit Beginn der achtziger Jahre auch dort philatelistisches Leben zu regen begann.

Die Art des Sammelns war aber anfänglich eine ganz primitive. Die Marken wurden von den Briefen abgelöst und in Hefte, wie es eben kam, eingeklebt. Wer einen besonderen Ordnungssinn bekundete, ordnete sie nach Ländern. Immer aber wurden sie am Rücken nach ihrer ganzen Ausdehnung mit Klebestoff überzogen und so eingeklebt. Die einzige Systematik bestand also darin, daß man sie nach Weltteilen und Ländern einreihte. Die Unterscheidungsmerkmale, die man beachtete, waren nur die Zeichnung oder das Muster, die Farbe und die Wertangabe. Auf Umrandung, Wasserzeichen, Herstellungsart u. s. w. wurde keine Rücksicht genommen. Bei Briefumschlägen und Streifbändern wurde der Markenstempel und zwar in der Regel der Form desselben folgend, seltener mit einer quadratischen Umrandung, ausgeschnitten. Auf Reinheit oder Vollständigkeit der Marke sah man nicht, auch beschädigte und beschmutzte Exemplare wurden in die Sammlung aufgenommen. Wie sollte es aber auch anders gewesen sein? Mit Ausnahme des eigenen und allenfalls einiger benachbarter Länder wußte niemand Bescheid darüber, welche Länder überhaupt und was für Marken sie ausgegeben haben. Erst dadurch, daß ein Sammler eine ihm bisher noch fremde Marke erhielt oder bei einem andern Sammler sah, kam er zur Kenntnis von deren Existenz. Erst nach und nach gelangte man zu einer, wenn

auch beschränkten Kenntnis dessen, was an Marken existierte, wobei man aber selbstverständlich von so mancher Seltenheit gar nichts wußte. Es war keinerlei Hilfsmittel vorhanden, welches den Sammler über sein Sammelgebiet belehrt hätte, noch gab es Leute, von denen man annehmen konnte, daß sie darüber Bescheid wußten. Besonders wißbegierige Sammler wendeten sich an Verwandte, Bekannte und Freunde in fremden Ländern und ließen sich berichten, was es dort für Marken gab. Auch den wenigen Erwachsenen, die dem neuen Sport huldigten, erging es nicht besser. Im Gegenteil, sie schämten sich ihrer Liebhaberei und hatten daher keinen Verkehr mit anderen Sammlern, während die Schuljugend untereinander in fortwährender Berührung stand und die Marken, die vorhanden waren, besser kannte. Dieser lebhafte Verkehr der Schuljugend, der in der Schule begonnen und außerhalb derselben fortgesetzt wurde, führte bald zum Schacher mit Marken. Die erste Form desselben bildete der Tausch. Ein oder der andere Schuljunge erhielt zufällig mehrere Exemplare ein und derselben fremden Marke. Er besaß also, was wir jetzt mit dem Namen „Doubletten" bezeichnen. Anderseits sah er bei einem Schüler andere Marken, die wieder er nicht besaß und von denen dieser mehrere Stücke hatte. Was war natürlicher, als daß die beiden Jungen ihre Schätze austauschten. Diese Art der Markenerwerbung, die auch diejenigen betreiben konnten, die keine Barmittel besaßen, nahm bald solchen Umfang an, daß hierfür eigene Plätze auserkoren wurden, an denen sich die Schuljugend zu diesem Zwecke zusammenfand. Man nannte sie Börsen, und es ist bekannt, daß Paris und später Hamburg solche Börsen besaßen, die unter freiem Himmel abgehalten wurden. Daß dieser Schacher mitunter bei den Jungens böse Eigenschaften zu Tage förderte, daß sie sich gegenseitig zu übervorteilen suchten, und daß die Sucht nach Erwerb dadurch geweckt und genährt wurde, soll nicht geleugnet werden. Auch ist es diesem Umstande zumeist zuzuschreiben, daß sich das Publikum und insbesondere die Lehrerschaft dem

Briefmarkensammeln ablehnend, ja mitunter selbst feindlich entgegenstellte und daß in öffentlichen Blättern dagegen gedonnert wurde, weil man befürchtete, daß die Sammelleidenschaft auf die Entwickelung des Charakters beim Kinde ungünstig einwirken werde; allein, wie gleich hier bemerkt werden soll, es sind die besorgten bösen Folgen nicht eingetreten, und heute wird dieser Einwand gegen das Briefmarkensammeln überhaupt von Einsichtigen nicht mehr erhoben. Allein beim Tausche verblieb es nicht. Die bemittelteren unter der Schuljugend begannen, wenn sie kein Tauschmaterial hatten, den Unbemittelten ihre Doubletten abzukaufen, und nun wurden Schule und Schacherplatz thatsächlich zur Börse. Auf diese Weise gelang es den bemittelteren Sammlern, in ihrem Sammeln rasch weiter zu kommen und es zu ansehnlichen Sammlungen zu bringen, um die sie von ihren Kollegen beneidet wurden.

Dieses Treiben der Schuljugend, welches alltäglich in lärmender Weise vor sich ging, konnte nicht unbemerkt bleiben, und bald fanden sich spekulative Köpfe, welche es ausnutzten. Sie kauften erst den Kindern selbst Marken ab, und verkauften sie anderen mit Vorteil. Später, nachdem sie mit dem Gegenstande etwas vertrauter geworden, suchten sie sich auf anderem Wege Marken zu verschaffen und fanden sich auf der Markenbörse, auf den Plätzen vor den Schulen u. s. w. ein und setzten ihre Ware an die jugendlichen Sammler ab. Als dies Verdacht zu erregen begann, griffen sie zu einem anderen Mittel. Sie stellten ihre Marken in Papiergeschäften, Tabakläden u. dergl. zum Verkaufe aus. Das war immer ein Ereignis, wenn sich in einer Stadt die Kunde verbreitete, daß in diesem oder jenem Laden Marken zum Verkaufe ausgestellt seien. Von da ab wanderte das Taschengeld der Schuljugend und noch mancher andere Groschen in die Taschen dieser Verkäufer. Mit der Zeit kamen diese selbst auf den Geschmack und wollten nicht mehr Kommissionäre sein, sondern den vollen Gewinn einstreichen. Sie verschafften sich selbst Marken und verkauften sie auf eigene Rechnung.

Der nächste Schritt führte zum Großhandel. Es fanden sich nämlich Leute, die diesen Detailverkäufern Marken lieferten, und anderseits auch solche, welche eine große Anzahl von Verkaufsstellen errichteten, in denen ihre Marken für ihre Rechnung verkauft wurden. So z. B. hatte der noch lebende bekannte Markenhändler Georg Zechmeier in Nürnberg eine so große, nach vielen hunderten zählende Anzahl von Verkaufsstellen eingerichtet, daß es in der Zeit von 1870—1880 fast keine Stadt in Deutschland gab, in der seine Markenbögen nicht irgendwo zu Verkaufe ausgestellt gewesen wären.

Endlich etablierten sich Händler, welche zwar nur an einem Orte ihre beständige Verkaufsstätte aufschlugen, jedoch gedruckte Preislisten überallhin versendeten, in denen sie ihre Waren verzeichneten und die Preise angaben, welche sie dafür verlangten. Diesen Quellen wendeten sich hauptsächlich die erwachsenen Sammler zu, welche sich scheuten in die Papier- und Tabakläden einzutreten und sich so vor aller Welt als Markensammler zu bekennen. Auch diese Geschäfte begannen bald zu blühen. Diese Preislisten waren insofern von Vorteil für die Sammler, als diese dadurch doch einige Kenntnis von dem erhielten, was existiert, wenn die Listen auch nur ganz kurze Angaben über Muster (z. B. Kopf, Wappen, Ziffer ꝛc.), Farbe und Wertangabe enthielen.

Der Zuspruch, den die Händler fanden, war ein sehr großer und zwar ein derartiger, daß sie den Nachfragen nicht zu genügen vermochten, weil es ihnen an der notwendigen Anzahl von Marken fehlte. Da verfielen einzelne von ihnen auf die Idee, die außer Kurs befindlichen älteren Marken, welche ja doch hauptsächlich beim Händler gesucht wurden, nachzumachen. Das Gesetz kam ihnen hierbei insofern zu statten, als es keine Bestimmung enthielt, wonach das Nachmachen außer Kurs gesetzter Marken verboten oder gar strafbar wäre. In Kürze war der Markt mit den ältesten Marken, die bisher nicht aufzutreiben gewesen waren, überfüllt. Aber nicht auf bessere Marken allein beschränkte sich

die Thätigkeit dieser Industrieritter, sie verschmähten es nicht auch Mittelware nachzumachen. So wurden die Marken von Toscana, Lübeck, Bremen, Oldenburg, Hamburg, Hannover u. s. w. in ungezählten tausenden von Stücken nachgeahmt und in den Handel gebracht. Das Wagnis gelang vollständig. Niemand verfiel auf den Gedanken, daß außer Geltung stehende Marken gefälscht oder nachgemacht werden könnten. Eine Fachpresse, welche die Sammler hätte warnen können, bestand nicht. Die jugendlichen Sammler, die Originale nicht zur Hand hatten, konnten keine Vergleiche anstellen, wären übrigens auch gar nicht im stande gewesen eine kritische Prüfung vorzunehmen. So fanden denn diese oft ganz erbärmlichen Fälschungen reißenden Absatz und zwar um so mehr, als die Händler so klug waren, die Preise sehr mäßig zu stellen. Bald waren die Markenbogen, die in den Papier- und Tabakläden auflagen, gespickt mit Fälschungen, welche von dort in die Sammlungen wanderten. Hätte man wenigstens gewußt, daß eine große Anzahl von Briefmarken mit Wasserzeichen versehen sind, so wäre die Täuschung in so manchen Fällen nicht gelungen, man wäre überhaupt aufmerksam geworden und hätte nicht so vertrauensselig erworben, was eben zu haben war. Um die Täuschung leichter und vollständiger zu machen, versahen die Fälscher ihre Fälschungen auch noch mit einem, natürlich ebenso gefälschten Entwertungsstempel, wodurch das Mißtrauen der Käufer schon von vornherein beseitigt wurde, wennschon ein solches in einem oder dem anderen Falle aufgetaucht war. Auf diese Weise konnte es geschehen, daß anfangs der sechziger Jahre sich fast alle Sammlungen mit Fälschungen füllten, so daß, nachdem später allgemein bekannt wurde, daß Briefmarken gefälscht werden, und die Sammler ihre Sammlungen untersuchen ließen, fast in allen Sammlungen mehr als die Hälfte, ja selbst zwei Dritteile aller Marken als Fälschungen erkannt und erklärt wurden. Welchen entmutigenden Eindruck dies auf die Sammler auszuüben geeignet war, und auch aus-

geübt hat, läßt sich denken und so mancher Sammler ist aus diesem Grunde abtrünnig geworden und hat dem Sammeln entsagt. Woher die ersten Fälschungen kamen läßt sich mit Bestimmtheit nicht feststellen, aber da England im Sammelwesen Europa um ein Jahrzehnt voraus und an Fälschungen schon anfangs der sechziger Jahre überreich war, muß angenommen werden, daß ebenso, wie das Sammeln der Briefmarken und der Handel damit von England ausgegangen ist, auch das Fälschungsunwesen dort seine Geburtsstätte hatte.

Der Handel mit Marken wurde so einträglich, daß sich in England selbst Aktiengesellschaften bildeten, die den Briefmarkenhandel en gros betrieben. Die bekanntesten Firmen jener Zeit, von denen sich einige bis auf den heutigen Tag erhalten haben, waren: Smith & Smith in Brighton, Young & Stockall in Liverpool, R. Johnstone in Glasgow, E. Clarke und W. Lincoln in London, D. Dean & Co. in Manchester, Maury in Paris, J. B. Moens in Brüssel, F. A. de Reuß in Haarlem, M. E. Möller in Kopenhagen, H. Meyer in St. Petersburg, Zschiesche & Köder in Leipzig, Gustav Spehr in Wismar, J. Rehwoldt in Lübeck u. a.

Da endlich erschienen anfangs der sechziger Jahre Hilfsmittel, welche von allen Sammlern mit Freuden begrüßt wurden: Sammelbücher. Waren sie auch ursprünglich nur sehr mangelhaft, und in ihren Angaben unverläßlich, so bedeuteten sie doch einen Fortschritt im Sammelwesen und müssen sie als die erste Etappe in der Philatelie bezeichnet werden. In ihnen fand sich zum ersten Mal eine systematische Anführung der erschienenen Postwertzeichen, sie gaben das Jahr der Ausgabe der einzelnen Emissionen an und enthielten eine kurze Beschreibung des Musters derselben. Die ältesten Sammelbücher oder Albums, wie man sie nannte, waren in England jene von Oppen in London, Smith, Stafford & Co. in Brighton, Stanley Gibbons & Co. in Plymouth; in Frankreich jene von Lallier, Maury, Mahé in Paris, von Moens in Brüssel, in den Vereinigten

Staaten von Nordamerika jene von J. W. Scott und D. Appleton & Co. in New York, J. Beifeld in Chicago, W. H. Hill & Co. in Boston u. a.

In Deutschland war es G. Wuttig, welchem das Verdienst gebührt im Jahre 1862 das erste Sammelbuch herausgegeben zu haben; ihm folgten in demselben Jahre jenes von F. Ludwig, im Jahre 1864 von Richard Claudius und von Calvary u. s. w.

Aus diesen Sammelbüchern lernte der Sammler nicht nur die Marken kennen, die erschienen waren, er lernte daraus auch die Systematik der Anordnung derselben. Außer der Beschreibung enthielten manche Alben auch Illustrationen und erleichterten dadurch die Bestimmung der Postwertzeichen. Wie sehr einem Bedürfnisse damit entsprochen wurde zeigte sich in der massenhaften Abnahme, die diese Sammelbücher fanden und welche zur Folge hatte, daß oft mehrere Auflagen in ein und demselben Jahre erscheinen konnten. Fast gleichzeitig mit den Sammelbüchern erschienen auch die ersten Handbücher und Kataloge, welche dem Sammler nun mit einem Male sein ganzes Sammelgebiet eröffneten und ihn mitunter auch in kurzen Vorbemerkungen unterwiesen, was und wie er zu sammeln habe. In Frankreich war es, wo im Dezember 1861 der erste Katalog von Potiquet ausgegeben wurde, dem sich jene von Baillieu, Maury, Mahé anreihten. Die ältesten englischen Kataloge sind jene von F. Booth, Mount Brown und Dr. Gray, in Nordamerika von A. C. Kline in Philadelphia, Craig und Melvin in Neu-Braunschweig, Mc. Lachlan & Co. in Montreal, Fr. Trifet in Boston u. s. w. Was Deutschland betrifft, so scheint der vom Verfasser dieses Buches erst in neuester Zeit entdeckte Katalog von Tramburgs Erben in Hamburg der älteste Vertreter zu sein. Ihm folgte jener der Firma Zschiesche & Köder in Leipzig (1863) und im gleichen Jahre das von der Dürrschen Buchhandlung in Leipzig herausgegebene „Handbuch für Briefmarkensammler". Alles aber übertraf das im

Jahre 1864 erschienene Handbuch der Witwe Berger-Levrault & Sohn in Straßburg, welches vom Sohne Oscar Berger-Levrault, einem der hervorragendsten noch jetzt lebenden Philatelisten Europas, verfaßt, schon die Herstellungsarten der Briefmarken, die Umrandung, die Wasserzeichen angab und auch außerdem eine Fülle der wichtigsten Winke für die Sammler enthielt.

In die gleiche Zeitperiode fällt endlich die Begründung der Fachpresse — des wichtigsten Hilfsmittels der Briefmarkenkunde. Die Sammelbücher und Kataloge enthielten zumeist doch nur eine trockene Aufzählung der existierenden Postwertzeichen, während es den Sammler verlangte, auch über die Neuigkeiten am Briefmarkenmarkte unterrichtet zu werden und vor allem Kenntnis zu erlangen, was die Forschung auf dem Gebiete des Sammelwesens neues zu Tage förderte. Diese Aufgabe fiel der Fachpresse zu. Sie kündigte die neuerschienenen Postwertzeichen an, sie beschrieb die auftauchenden Fälschungen und bewahrte so die Sammler vor Verlusten, sie vermittelte den Verkehr zwischen Verkäufer und Käufer, sie belehrte die Sammler über alle die Postwertzeichen berührenden Fragen. Hier war es wieder England, welches voranschritt. Schon im Oktober 1862 erschien in Birmingham ein Blatt „The monthly Intelligencer", herausgegeben von Macmillan, welches zwar kein rein philatelistisches Blatt war, doch aber seine Spalten größtenteils der Briefmarkenkunde widmete, und am 15. Dezember 1862 folgte demselben das erste ausschließlich der Philatelie gewidmete Blatt „The Stamp Collectors Review and Monthly Advertiser" von Ed. Moore & Co. in Liverpool, welches bis Juni 1864 fortbestand. Der Januar 1863 brachte sodann zwei neue Fachjournale, das „Stamp Collectors Magazine", welches zu den besten englischen Fachzeitschriften gehört und zwölf Jahrgänge erlebte, und „Le Timbre-Poste", welches sich — als das einzige philatelistische Blatt aus jener Zeit — bis zum heutigen Tage erhalten hat und noch heute die ton-

angebendste Fachzeitung ist. Erstere wurde von S. S. Smith, später A. Smith & Co. in London und Bath, letztere von J. B. Moens in Brüssel, dem ersten jetzt lebenden Philatelisten, herausgegeben. Deutschland, welches im Sammeln, wie gezeigt, hinter England nahezu um ein Decennium zurückstand, hielt dagegen auf litterarischem Gebiete mit ihm nahezu gleichen Schritt. Es hatte nicht nur nahezu gleichzeitig mit England und Frankreich Sammelbücher, Kataloge und Handbücher ausgegeben, sondern es folgte ihm auch im Zeitungswesen rasch nach, indem wenige Monate, nachdem in England das erste Fachblatt erschienen war, Zschiesche & Köder im Mai 1863 die erste deutsche Briefmarken-Zeitung „Das Magazin für Briefmarkensammler" in Leipzig herauszugeben begann.

Nun brach eine neue Ära für die Briefmarkenkunde an. Die Sammler hatten eine Fahne, um die sie sich scharten und die sie von Erfolg zu Erfolg führte. Das „Magazin" war für jene Zeit vorzüglich redigiert und erwarb sich durch seine sachlich und ernst gehaltenen Aufsätze die Sympathien aller Sammler. Jetzt zeigte es sich auch, wie viele Anhänger das Briefmarkensammeln unter den Erwachsenen zählte, denn die meisten derselben abonnierten auf das Blatt, und viele unterstützten es auch durch litterarische Beiträge und Mitteilungen über neuerschienene Postwertzeichen.

Obwohl das „Magazin" für jene Zeit genügt hätte, erschien doch schon im Januar 1864 ein halbmonatliches Blatt: Das „Börsenblatt für den Briefmarkenhandel" von Wilhelm Reichel & Co. in Kaufbeuren und als dessen Fortsetzung im Juli 1864 die „Allgemeine deutsche Briefmarken-Zeitung" von Ernst Roschlau in Koburg, welchen im Januar 1866 der „Briefmarken-Sammler" von G. Bauschke in Leipzig und im Jahre 1870 die „Deutsche Briefmarken-Zeitung" von Zschiesche folgten. Damit begann das Sammeln eine neue Richtung anzunehmen. Aus der Spielerei wurde ein Studium. Durch die Fülle von Fachzeitungen wurde auch das Publikum

aufmerksam und wenn es dieselben auch nicht las, so sah es doch, daß die Sache ernst zu nehmen war. Der Fachpresse ist es vor allem zu danken, daß man die Briefumschläge, Streifbänder u. s. w. in unbeschnittenem Zustande zu sammeln und daß man auch die Umrandung der Briefmarken zu beachten begann.

In diese Zeit fällt das Auftreten des deutschen Altmeisters der Philatelie, Alfred Moschkau, welcher sich durch sein Wirken unvergängliche Verdienste um die Briefmarkenkunde in Deutschland erworben hat.

Durch Wort, Schrift und That wirkte er im Interesse der Philatelie und es gab durch zwei Jahrzehnte keinen populäreren Namen in Deutschland, als den seinen. So war er es, der sich als der erste erbot, Marken auf ihre Echtheit unentgeltlich zu prüfen, als man sich der Fälschungen kaum mehr zu erwehren vermochte. Unermüdlich schrieb er in alle Fachzeitungen und suchte zu warnen und zu belehren. Im Jahre 1871 erschien seine Monographie über die Wasserzeichen der Postwertzeichen, womit ein Gebiet wissenschaftlich behandelt wurde, welches damals nahezu noch ganz unbekannt war, indem das den gleichen Gegenstand behandelnde Buch des Dr. Magnus (Pseudonym für Dr. Legrand) „Essai sur les Filigranes et les Papiers employés à la fabrication des Timbres-Postes", welches einige Jahre früher in Paris erschienen, in Deutschland kaum gekannt war. Gleichfalls ohne Nachfolge blieb sein „Handbuch für Essaissammler", welches er 1875 in Leipzig erscheinen ließ. Am populärsten aber wurde sein „Handbuch für Postmarkensammler", welches im Jahre 1874 ausgegeben wurde und bis heute sieben Auflagen erlebte.

Es würde zu weit führen, die Thätigkeit dieses Mannes im einzelnen zu besprechen, es wird sich im Laufe dieser Darstellung ohnehin noch mehrfach die Gelegenheit ergeben, auf ihn zurückzukommen.

Nunmehr begann sich die litterarische Thätigkeit auch in anderen Ländern Europas zu regen. So erschienen Brief-

marken-Kataloge in Italien, und zwar 1864 von G. Brecker in Florenz und 1873 von P. R. de Torres in Livorno. In Dänemark wurde schon 1867 eine Fachzeitung, die „Frimaerke-Tidende" in Kopenhagen herausgegeben, der nach kurzem Bestande 1876 ebendaselbst die „Skandinavisk Frimaerke-Tidende" und das „Frimaerke Journal" folgten. Selbst Spanien und Holland schwangen sich zu einigen Fachblättern, wie „El Indicator de los Sellos", Madrid 1870, „El Coleccionista de Sellos", und „De Timbrophilist", Amsterdam 1873, empor, welche aber nur einige wenige Nummern erreichten.

Mittlerweile fanden die Sammler selbst ein Mittel, ihre Interessen zu fördern und sich gegenseitig zu unterstützen, sie gründeten — Vereine. Natürlich stand auch hier wieder England an der Spitze. Daselbst bestand schon im Jahre 1865 eine Vereinigung von Sammlern verschiedener Sammelgebiete, zu denen auch Briefmarkensammler gehörten. Ebenso wurden 1866 in St. John in Neu-Braunschweig und 1868 in New York Philatelisten-Vereine gegründet. Aber auch Deutschland folgte bald nach, denn es entstand im Jahre 1869 in Heidelberg ein Philatelisten-Verein unter dem Namen „Süddeutscher Philatelisten-Verein", und im Jahre 1871 gründete Moschkau mit Alexander Treichel, einem eifrigen und litterarisch fruchtbaren Philatelisten, den „Norddeutschen Philatelisten-Verein" in Dresden. Ebenso gelang es dem Herausgeber des „Allgemeinen Briefmarken-Anzeigers" in Hamburg, Louis May, daselbst einen Briefmarken-Journal-Lesezirkel zu errichten, der 1872 in den Hamburger Philatelistenclub überging.

Was Österreich betrifft, so hatte sich auch hier das Briefmarkensammeln stark verbreitet. Insbesondere waren es die deutschen Stammländer des großen Reiches und vor allen Wien und Prag, dann aber auch Triest, wo das Sammelwesen rasch aufblühte. In Böhmen war schon 1869 ein Blatt „Der deutsche Briefmarkensammler" von G. Bauschke und zwar in Aussig erschienen, und 1872 begann der Händler

S. F. Friedmann in Rudolfsheim bei Wien mit der Herausgabe seiner „Philatelistischen Berichte", die sich bis 1877 erhielten. Auch an Sammler-Vereinigungen fehlte es in Österreich nicht. So entstanden im Jahre 1874 die „Philatelistica" in Brünn und der „Erste ungarische Philatelisten-Verein" in Budapest, 1875 die „Gesellschaft der Briefmarkenfreunde" in Wien u. s. w.

Wir sehen also, daß das philatelistische Leben sich allerorten mächtig zu rühren begann, doch hatte dasselbe noch immer keinen ernsten wissenschaftlichen Charakter. Man begann wohl die Postwertzeichen zu studieren, allein das Studium war nur ein sehr oberflächliches. Man begnügte sich zumeist mit vagen Angaben, welche allgemein geglaubt wurden, weil sie von Autoritäten ausgingen, und unterließ es, dieselben auf ihre Richtigkeit zu prüfen und die Quellen zu erforschen und auszuholen, welche darüber Auskunft geben konnten. So kam es, daß sowohl die Handbücher und Kataloge, als auch die Fachzeitungen viele Irrtümer enthielten. Eine mächtige Förderung erhielt das Sammeln durch die Einführung der Korrespondenzkarten von seiten Österreichs am 1. Oktober 1869, denn dieselben waren vermöge ihres geringen Postwertes und ihrer geschmackvollen, häufig sogar luxuriösen Ausstattung wie geschaffen, sich die Herzen der Sammler zu erobern. Anderseits wurden die Sammelbücher immer mehr verbessert. Insbesondere waren es die Albums von Schaubeck und Zschiesche, welche den Markt beherrschten. Für Sammler, welche die Postwertzeichen nach eigenem Geschmacke anordnen und keinem vorgezeichneten Systeme folgen wollten, wurden sogenannte Permanentalbums ohne Vordruck hergestellt, welche aus künstlerisch ausgestatteten losen Blättern bestanden, die nur eine Umrandung und eine Kopfvignette enthielten, während der innere Raum zum Einkleben der Postwertzeichen entweder ganz leer oder mit Linien oder einem Liniencarré versehen war. Die ersten derlei Permanentalben, welche vielfach auch nur zum Sammeln der sogenannten Ganzsachen

in unbeschnittenem Zustande verwendet wurden, haben Moschkau, S. F. Friedmann und Sigmund Friedl in Wien ausgegeben. In die Mitte der siebziger Jahre fällt die Begründung zweier großer philatelistischer Blätter, deren eines, das, so weit die deutsche Zunge reicht, bekannte „Illustrirte Briefmarken-Journal" in Leipzig, sich bis zum heutigen Tage erhalten hat und zu den besten und gelesensten deutschen Fachblättern gehört, während das zweite, die „Wiener Illustrirte Briefmarken-Zeitung" und spätere „Weltpost", Österreich angehört. Beide Zeitungen erfreuten sich der Mitarbeiterschaft der hervorragendsten Philateliſten deutscher Zunge, als: Moschkau, Alexander Treichel, Oscar Berger-Levrault, R. F. Albrecht, Ferdinand Meyer, Paul Lietzow, G. Kaufmann u. a.

In England wirkten E. Pemberton, Dr. Gray, in Frankreich und Belgien Dr. Legrand, J. B. Moens, in den Vereinigten Staaten von Nordamerika J. K. Tiffany, in Spanien Dr. Thebussem (P. d. Figuera), in Südamerika H. C. Eberhardt (Valparaiso) u. s. w.

Im Jahre 1877 regte die in Dresden erschienene Fachzeitung „Union", das Vereinsorgan des dortigen internationalen Philateliſten-Vereins, die Abhaltung eines allgemeinen Philateliſten-Kongresses in Paris an. Die Idee wurde von der „Société Française de Timbrologie" in Paris mit Freuden begrüßt und im Jahre 1878 ins Werk gesetzt. Der Kongreß, an welchem viele der ersten Autoritäten Europas teilnahmen, tagte in den Monaten Juni bis September 1878 und förderte ein reiches wissenschaftliches Material zu Tage, welches in den Memoiren desselben niedergelegt ist. Hierzu liefen eine Fülle von vorzüglichen Arbeiten ein, deren hervorragendste schon im zweiten Teile dieses Werkes aufgeführt wurden, und außerdem eröffnete die französische Gesellschaft eine litterarische Preisbewerbung für die besten philatelistischen Arbeiten aller Nationen und Sprachen derart, daß alljährlich eine

Prämiierung der eingereichten Arbeiten stattfand. Hierbei gelang es auch mehreren deutschen Autoren, nämlich Ferdinand Meyer in Franzensbad, Dr. Paul Kloß in Leipzig und dem Verfasser dieses Werkes, sich Preise zu erringen.

Außer den Philatelisten, die sich durch ihre litterarischen Arbeiten einen Namen machten, gab es aber auch eine Reihe von Sammlern, welche als Besitzer großartiger Sammlungen bekannt waren. Zumeist waren es Männer, denen auch große Mittel zu Gebote standen, denn zu der Zeit, von der wir sprechen, nämlich Ende der siebziger und Anfang der achtziger Jahre, gab es bereits eine so große Anzahl verschiedener Postwertzeichen und eine solche Menge von Seltenheiten und diese hatten schon einen so hohen Preis erreicht, daß es nahezu ein Vermögen erforderte, eine sich der Vollständigkeit auch nur nähernde Sammlung zusammenzubringen. Der Gedanke, das Sammelgebiet zu beschränken, um wenigstens auf dem beschränkten Gebiete die Vollständigkeit zu erreichen, wurde dadurch von selbst nahegerückt, und der Verfasser dieses Buches darf es sich zum Verdienste anrechnen, einer der ersten, vielleicht der erste gewesen zu sein, der das Wort „Spezialsammlung" öffentlich (Wiener Briefmarken-Zeitung 1880) aussprach und dafür eintrat, nur die Postwertzeichen einzelner Länder oder Ländergebiete oder einzelne Gruppen (aufklebbare Marken, Postkarten u. s. w.) zu sammeln.

Die Vereine, welche in dieser Zeit wie die Pilze emporschossen, begannen auch ihrerseits dem Studium der Postwertzeichen mehr Zeit und Aufmerksamkeit zu widmen. Allen voran schritt der Internationale Philatelisten-Verein in Dresden, welcher bald die führende Rolle in Deutschland übernahm. Im Jahre 1877 gegründet, entwickelte er sich dank der energischen und zielbewußten Leitung, die sich ganz in den Händen seines ersten Sekretärs Dr. Paul Kloß befand, außerordentlich rasch und faßte angesichts seines kosmopolitischen Charakters bald in allen Weltteilen

festen Fuß. Er schwang sich im Jahre 1880 zu einem eigenen Fachblatte „Der Philatelist" empor, welches er bald zu einem der ersten Fachorgane zu erheben wußte, das noch heute seinen Rang unter den deutschen Fachzeitschriften behauptet. Ernstes Forschen zeichnete diesen Verein, dessen Mitgliederzahl sich heute der Ziffer 2000 nähert, aus und sicherte ihm einen maßgebenden Einfluß auf das Sammelwesen in Deutschland. Außer ihm giebt es aber auch andere große Vereine in Deutschland, welche ihre Aufgabe ernst nehmen und wahre Heimstätten philatelistischer Forschung sind, so der „Bayerische Philatelisten-Verein" in München, gegründet 1883, der „Verein für Briefmarkenkunde" in Frankfurt a. M., gegründet 1878, der „Württembergische Philatelisten-Verein" in Stuttgart, gegründet 1882, der „Mitteldeutsche Philatelisten-Verband" zu Gößnitz, gegründet 1889, der „Österreichische Philatelistenclub" in Wien, gegründet 1885 durch Verschmelzung zweier daselbst befindlich gewesener Vereine, der „Philatelistenclub" in Berlin, der „Erste Ungarische Briefmarkensammler-Verein" in Budapest, der „Innerösterreichische Philatelistenclub" in Graz, die Vereine in Straßburg, Magdeburg, Lübeck, Braunschweig, Prag u. s. w.

Im Jahre 1885 gründeten die deutschen Händler den „Internationalen Postwertzeichen-Händler-Verein" in Berlin, zu dessen Mitgliedern die geachtetsten Händler des In- und Auslandes gehören. Wenn das übrige Europa in Bezug auf die Anzahl der philatelistischen Vereinigungen auch nicht im entferntesten mit Deutschland konkurrieren kann, so zählt es doch auch eine Reihe großer und berühmter Vereine, wie jene in London, Paris, Brüssel, Amsterdam, Kopenhagen, St. Petersburg, Rom, Livorno, Mailand u. s. w. Nicht minder blüht das Vereinswesen jenseit des Ozeans in Nord- und Südamerika und sogar in Australien, sodaß sich ein Netz von Philatelisten-Vereinen über die ganze civilisierte Welt erstreckt. Mehrere derselben geben eigene Zeitschriften oder doch periodische Mitteilungen heraus, wie

die Vereine in München, Wien, Berlin, Amsterdam, Rom, Mailand, New York u. s. w.

Die Ausbreitung des Sammelns hat auch dem Briefmarkenhandel einen großartigen Aufschwung gegeben. Diesseit wie jenseit des Ozeans zählen die Händler von Beruf, womit Leute gemeint sind, die sich ausschließlich oder doch hauptsächlich mit dem Postwertzeichenhandel beschäftigen, nach vielen Hunderten und nicht selten beziffern sich die Werte, die in ihren Geschäften ruhen, auf Hunderttausende von Mark.

Rechnet man die Personen hinzu, die dem philatelistischen Zeitungswesen und der Albumindustrie ihr Brot verdanken, sowie jene, die in den großen Briefmarkenhandlungen beschäftigt sind, so wird man nicht fehlgehen, wenn man annimmt, daß die Philatelie mehreren Tausenden von Menschen eine Existenz bietet. Welches andere Sammelwesen könnte solche Verhältnisse aufweisen? Dieselben haben ihren Grund darin, daß das Briefmarkensammeln aufgehört hat eine Spielerei der Jugend zu sein, indem sich demselben reife Männer aus allen Berufsklassen hingeben, welche in dem Studium der Postwertzeichen Belehrung und Zerstreuung suchen. Die unmittelbare Folge davon war eine ungeheure Preissteigerung aller selteneren Postwertzeichen, die bereits einen Höhepunkt erreicht hat, der es nur dem Besitzer eines fürstlichen Vermögens möglich macht, sich den Luxus einer Universalsammlung zu gewähren. Dies mußte zu einer Reaktion führen und hat auch zu einer solchen geführt. Zum Glücke lag dieselbe nicht darin, daß sich die minder bemittelten Sammler ganz zurückzogen, sondern darin, daß sie sich dem Spezialsammeln zuwendeten, und heute zählt man unter den ernsteren Sammlern vielleicht so wenig Universalsammler als man noch vor zehn bis fünfzehn Jahren Spezialsammler gezählt hat.

Zum Spezialsammeln wurden die Sammler auch noch durch einen andern Umstand getrieben — durch die immer mehr zunehmende Ausnutzung und Übervorteilung der

Sammler durch die Markenfabrikanten. Hierher zählt in erster Linie das Fälschungsunwesen. Dasselbe wird mit einer Raffiniertheit betrieben, die alle Vorsicht zu Schanden macht. Es werden nicht nur die Marken, sowie deren Farbe, Umrandung und Aufdrucke gefälscht, es werden auch die Entwertungsstempel, ja selbst die Briefstücke und Briefe, auf denen die Marken haften, nachgemacht. Doch nicht genug damit, es werden auch Neudrucke und selbst Essais nachgeahmt. Da heißt es ein genauer Kenner und ein tüchtiger Philatelist sein, um sich vor Schaden zu bewahren. Wer aber kann alle Marken bis ins kleinste Detail genau kennen? Da hilft nun das Spezialsammeln insofern, als es leichter ist ein beschränktes Gebiet zu beherrschen.

Erst seitdem man begonnen hat, sich dem Spezialsammeln hinzugeben, hat die wissenschaftliche Erforschung der Postwertzeichen große Fortschritte gemacht. Ein Blick in die Aufstellung der deutschen Litteratur im II. Teile dieses Werkes zeigt, was in den letzten Jahren auf diesem Felde geleistet worden ist.

Die Deutschen haben allerdings ihr Studium mehr den heimatlichen Marken zugewendet, allein das Gleiche thaten die Engländer und Amerikaner und in nicht allzu ferner Zeit werden über die Postwertzeichen aller Länder der Erde Spezialwerke vorhanden sein. Nichtsdestoweniger ist die neuere Zeit auch an Universalbüchern nicht arm. Die Werke eines Ferdinand Meyer, J. B. Moens, Barbarin, das große Handbuch der Philatelie von O. Teltz, später Lindenberg, zuletzt Anheißer-Vittinghoff-Schell legen dafür beredtes Zeugnis ab. Woran es aber noch immer gefehlt hat, ist ein Lehrbuch der Briefmarkenkunde, welches den umfassenden Gegenstand erschöpfend behandelt. Das erste derartige Buch in Deutschland — des Verfassers im Jahre 1880 im Verlage von E. Wartig in Leipzig erschienener „Leitfaden der Philatelie", war nicht als ein Lehrbuch gedacht und beabsichtigt, während die später erschienenen Lehrbücher von Dr. Brendicke, Richard

Krause, Gebrüder Senf u. a. nur einzelne Materien des umfangreichen Stoffes behandeln.

Diesem Mangel soll mit dem vorliegenden Buche abgeholfen werden.

Als Hilfsmittel, welche die Heranbildung tüchtiger Philatelisten fördern, sind die Postwertzeichen-Ausstellungen, die Philatelistentage, die Briefmarkenbörsen und die Briefmarkenauktionen zu nennen, rücksichtlich deren darauf verwiesen wird, was im II. Teile darüber gesagt ist.

Seit dem Jahre 1886 hat sich einem, bisher vernachlässigten Sammelzweige die Gunst der Sammler mehr zuzuwenden begonnen — den Privatpostwertzeichen. Es hat wohl schon in den vierziger Jahren in Nordamerika und in den sechziger Jahren in Deutschland Privatmarken gegeben, allein die ersteren waren große Seltenheiten, die immer hoch im Preise standen, letztere wurden bezüglich ihrer Echtheit angezweifelt. Es blieben also nur die russischen Ruralmarken, die aber halboffiziellen Charakter haben, die nordischen Bypostmarken und die wenigen Privatmarken Großbritanniens übrig. Da wurde im Jahre 1886 anläßlich einer Jubiläumsfeier in Heidelberg eine Privatpost ins Leben gerufen, der eine Reihe solcher Unternehmungen folgte, die alle Postwertzeichen ausgaben. Man mag nun über den Wert der letzteren verschiedener Ansicht sein, so viel ist gewiß, daß sie ihre Liebhaber so gut wie die offiziellen Postwertzeichen gefunden haben und heute von einer großen Anzahl von Sammlern gesammelt werden. Als die größten Förderer dieser Sammelgattung gelten A. E. Glasewald in Gößnitz, Hans Wagner in Mainz u. a.

Auch die Privatpostwertzeichensammler haben Vereine gegründet und ein Fachorgan „Die neuesten Privatpostnachrichten" geschaffen.

Anfangs der achtziger Jahre wurde eine ganz eigentümliche Bewegung unter die Sammler getragen. Während man vorher nicht daran gezweifelt hatte, daß Rowland Hill, der Schöpfer des Penny-Portosystems in England, auch der

Erfinder der daselbst am 6. Mai 1840 zur Einführung gelangten aufklebbaren Briefmarken sei, trat in England und zwar in Wimbledon bei London plötzlich ein Mann auf, der sich Patrick Chalmers nannte und behauptete, daß nicht Rowland Hill, sondern sein schon längst verstorbener Vater, der ehemalige Buchhändler von Dundee in Schottland, James Chalmers, die heutige aufklebbare Briefmarke erfunden habe.

Anfänglich schenkte man der Sache wenig Bedeutung, als Patrick Chalmers jedoch die Sache seines Vaters jahrelang verfocht, als er die ganze philatelistische Welt mit Pamphleten, die zumeist in englischer, aber auch in französischer und deutscher Sprache verfaßt waren, geradezu überschwemmte, als auch Pearson Hill, der Sohn Rowland Hills, sich veranlaßt sah, sich in den Streit einzulassen und auch seinerseits Streitschriften in die Welt zu setzen, und als endlich die englische Tagespresse in der Frage Stellung zu nehmen anfing, begannen auch die Philateliſten dem Gegenstande mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Eine ganz besondere Unterstützung fanden die Reklamationen Patrick Chalmers' gerade unter den deutschen Philateliſten, indem ihnen in der Person des Oberstlieutenants Carl v. Gündel in Baden bei Wien ein ebenso geistvoller als gewandter und unermüdlicher Verfechter erstand, welchem es gelungen ist, wenigstens einen Teil der deutschen Sammler von der Berechtigung der Chalmersschen Ansprüche zu überzeugen. Auch in England selbst hat Chalmers viele Anhänger gewonnen, während seine Gegner eigentlich nichts voll beweiskräftiges vorzubringen wissen.

Patrick Chalmers ist am 3. Oktober 1891 gestorben ohne daß es ihm vergönnt gewesen wäre eine allgemeine Anerkennung der Ansprüche seines Vaters auf das Verdienst der Erfindung der aufklebbaren Briefmarken erlebt zu haben.

Der Umstand aber, daß eine Thatsache, die man für historisch feststehend angesehen hatte, plötzlich bezweifelt und nicht ohne Erfolg widerlegt wurde, führte dazu, daß man

auch andere Annahmen in der Philatelie, welche sozusagen infolge traditioneller Überlieferung geglaubt wurden, auf ihre Richtigkeit zu prüfen begann. Auch auf diesem Gebiete hat sich Carl v. Gündel Verdienste erworben, welche dereinst besser werden anerkannt und gewürdigt werden als heute, wo man der historischen Forschung auf dem Gebiete der Briefmarkenkunde verhältnismäßig noch wenig Verständnis und Sympathie entgegenbringt.

Selbstverständlich konnte in diesen wenigen Blättern die Geschichte des Briefmarkensammelwesens nur in den wichtigsten Umrissen dargelegt werden, doch aber wird der Leser wenigstens ein Bild davon gewonnen haben, wie es möglich gewesen, daß sich diese Liebhaberei in der verhältnismäßig kurzen Zeit von vierzig Jahren über die ganze civilisierte Welt verbreitet und daß die Briefmarkenkunde jene hohe Stufe wissenschaftlicher Ausbildung erreicht hat, die sie heute einnimmt und die auf keinem andern Sammelgebiete ihres Gleichen hat.

Druck von J. J. Weber in Leipzig.

Webers Illustrierte Handbücher.

Belehrungen aus den Gebieten der Wissenschaften, Künste und Gewerbe usw.

Jeder Band ist in Leinwand gebunden, soweit nicht anders angegeben.

Abbreviaturenlexikon. Wörterbuch lateinischer und italienischer Abkürzungen, wie sie in Urkunden und Handschriften besonders des Mittelalters gebräuchlich sind, dargestellt in über 10000 Zeichen, nebst einer Abhandlung über die mittelalterliche Kurzschrift, einer Zusammenstellung epigraphischer Sigel, der alten römischen und arabischen Zählung und der Zeichen für Münzen, Maße und Gewichte von Adriano Cappelli. 1901. 7 Mark 50 Pf.

Ackerbau, praktischer. Von Wilhelm Hamm. Dritte Auflage, gänzlich umgearbeitet von A. G. Schmitter. Mit 138 Abbildungen. 1890. 3 Mark.

Agrikulturchemie. Von Dr. Max Passon. Siebente, neubearbeitete Auflage. Mit 41 Abbildungen. 1901. 3 Mark 50 Pf.

Akustik s. Physik.

Algebra. Von Richard Schurig. Fünfte Auflage. 1903. 3 Mark.

Algebraische Analysis. Von Franz Bendt. Mit 6 Abbildungen. 1901. 2 Mark 50 Pf.

Alpenreisen s. Bergsteigen.

Anstandslehre s. Ästhetische Bildung und Ton, der gute.

Appretur s. Chemische Technologie und Spinnerei.

Archäologie. Übersicht über die Entwickelung der Kunst bei den Völkern des Altertums von Dr. Ernst Kroker. Zweite, durchgesehene Auflage. Mit 133 Text- und 3 Tafeln Abbildungen. 1900. 3 Mark.

Archivwissenschaft s. Registratur usw.

Arithmetik, praktische. Handbuch des Rechnens für Lehrende und Lernende. Vierte Auflage, vollständig neu bearbeitet von Prof. Ernst Riedel. 1901. 3 Mark 50 Pf.

Ästhetik. Belehrungen über die Wissenschaft vom Schönen und der Kunst von Robert Prölß. Dritte, vermehrte und verbesserte Auflage. 1904. 3 Mark 50 Pf.

Ästhetische Bildung des menschlichen Körpers. Lehrbuch zum Selbstunterricht für alle gebildeten Stände, insbesondere für Bühnenkünstler von Oskar Guttmann. Dritte, verbesserte Auflage. Mit 98 Abbildungen. 1902. 4 Mark.

Astronomie. Belehrungen über den gestirnten Himmel, die Erde und den Kalender von Dr. Hermann J. Klein. Neunte, vielfach verbesserte Auflage. Mit 143 Text- und 3 Tafeln Abbildungen. 1900. 3 Mark 50 Pf.

Ätherische Öle s. Chemische Technologie.

Aufsatz, schriftlicher s. Stilistik.

Auge, das, und seine Pflege im gesunden und kranken Zustande. Nebst einer Anweisung über Brillen. Dritte Auflage, bearbeitet von Dr. med. Paul Schröter. Mit 24 Abbildungen. 1887. 2 Mark 50 Pf.

Auswanderung. Kompaß für Auswanderer nach europäischen Ländern, Asien, Afrika, den deutschen Kolonien, Australien, Süd- und Zentralamerika, Mexiko, den Vereinigten Staaten von Amerika und Kanada. Siebente Auflage. Vollständig neu bearbeitet von Gustav Meinecke. Mit 4 Karten. 1897. 2 Mark 50 Pf.

Bakterien. Von Prof. Dr. W. Migula. Zweite, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 35 Abbildungen. 1903. 2 Mark 50 Pf.

Ballspiele s. Bewegungsspiele sowie Lawn-Tennis.

Bank- und Börsenwesen. Dritte Auflage, nach den neuesten Bestimmungen der Gesetzgebung umgearbeitet von Georg Schweitzer. 1908. 4 Mark.

Baukonstruktionslehre. Mit besonderer Berücksichtigung von Reparaturen und Umbauten. Von Walter Lange. Fünfte, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 512 Abbildungen und 9 Tafeln. 1908. 4 Mark 50 Pf.

Bauschlosserei s. Schlosserei II.

Baustile. Lehre der architektonischen Stilarten von den ältesten Zeiten bis auf die Gegenwart von Dr. E. von Sacken. Sechzehnte Auflage, neu bearbeitet und vervollständigt von O. Gruner. Mit 143 Abbildungen. 1906. 2 Mark 50 Pf.

Baustofflehre. Von Walter Lange. Mit 162 Abbildungen. 1898. 3 Mark 50 Pf.

Beleuchtung s. Chemische Technologie und Heizung usw.

Bergbaukunde. Von Prof. G. Köhler. Dritte vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 225 Abbildungen. 1903. 4 Mark.

Bergsteigen. Katechismus für Bergsteiger, Gebirgstouristen und Alpenreisende von Julius Meurer. Mit 22 Abbildungen. 1892. 3 Mark.

Bewegungsspiele für die deutsche Jugend. Von J. C. Lion und J. H. Wortmann. Mit 29 Abbildungen. 1891. 2 Mark.

Bienenkunde und Bienenzucht. Von G. Kirsten. Dritte, vermehrte und verbesserte Auflage, herausgegeben von J. Kirsten. Mit 51 Abbildungen. 1887. 2 Mark.

Bierbrauerei. Hilfsbüchlein für Praktiker und Studierende von Prof. M. Krandauer. Mit 42 Abbildungen. 1898. 4 Mark.

——— s. auch Chemische Technologie.

Bilanz, die kaufmännische. Ihr ordnungsmäßiger Aufbau sowie deren wissentlich unwahre Darstellung unter Vorführung und Erläuterung zahlreicher Bilanzfälschungs- und Verschleierungsdelikte von Robert Stern, Dozent der Handelshochschule zu Leipzig. 1907. 3 Mark.

Bildhauerei für den kunstliebenden Laien. Von Prof. Rudolf Maison. Mit 63 Abbildungen. 1894. 3 Mark.

Bleicherei s. Chemische Technologie und Wäscherei usw.

Bleichsucht s. Blutarmut usw.

Blumenbinderei. Anleitung zur künstlerischen Zusammenstellung von Blumen und Pflanzen und zur Einrichtung und Führung einer Blumenhandlung von Willy Lange. Mit 3 Text- und 25 Tafeln Abbildungen. 1903. 3 Mark.

Blumenzucht s. Ziergärtnerei.

Blutarmut und Bleichsucht. Von Dr. med. Hermann Peters. Zweite Auflage. Mit 2 Tafeln kolorierter Abbildungen. 1 Mark 50 Pf.

Blutvergiftung s. Infektionskrankheiten.

Börsenwesen s. Bank- und Börsenwesen.

Botanik. Zweite Auflage. Vollständig neu bearbeitet von Dr. E. Dennert. Mit 200 Abbildungen. 1897. 4 Mark.

Botanik, landwirtschaftliche. Von Karl Müller. Zweite Auflage, vollständig umgearbeitet von R. Hermann. Mit 48 Text- und 4 Tafeln Abbildungen. 1876. 2 Mark.

Brandmalerei s. Liebhaberkünste.

Brennerei s. Chemische Technologie.

Briefmarkenkunde und Briefmarkensammelwesen. Von Viktor Suppantschitsch. Mit 1 Porträt und 7 Textabbildungen. 1895. 3 Mark.

Brückenbau. Für den Unterricht an technischen Lehranstalten und zum praktischen Gebrauch für Bauingenieure, Bahnmeister, Eisenbautechniker usw. sowie zum Selbststudium bearbeitet von Prof. Richard Krüger. Mit 612 Text- und 20 Tafeln Abbildungen. 1905. 9 Mark.

Buchbinderei. Von Hans Bauer. Mit 97 Abbildungen. 1899. 4 Mark.

Buchdruckerkunst. Siebente Auflage, neu bearbeitet von Johann Jakob Weber. Mit 139 Abbildungen und mehreren farbigen Beilagen. 1901. 4 Mark 50 Pf.

Buchführung (einfache und doppelte), **kaufmännische.** Von Oskar Klemich. Sechste, durchgesehene Auflage. Mit 7 Abbildungen und 3 Wechselformularen. 1902. 3 Mark.

Buchführung, landwirtschaftliche. Zweite Auflage. Unter der Presse.

Bürgerliches Gesetzbuch s. Gesetzbuch.

Butterbereitung s. Chemische Technologie und Milchwirtschaft.

Chemie. Von Prof. Dr. Heinrich Hirzel. Achte, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 32 Abbildungen. 1901. 5 Mark.

Chemie, Einführung in die organische. Von Prof. Dr. O. Diels. Mit 34 Abbildungen. Großoktav. 1907. 7 Mark 50 Pf.

Chemikalienkunde. Eine kurze Beschreibung der wichtigsten Chemikalien des Handels. Zweite Auflage, vollständig neu bearbeitet von Dr. M. Pietsch. 1903. 3 Mark.

Chemische Technologie s. Technologie.

Cholera s. Infektionskrankheiten.

Choreographie s. Tanzkunst.

Chronologie. Mit Beschreibung von 33 Kalendern verschiedener Völker und Zeiten von Dr. Adolf Drechsler. Dritte, verbesserte und sehr vermehrte Auflage. 1881. 1 Mark 50 Pf.

Correspondance commerciale par J. Forest. Deuxième édition revue et augmentée. D'après l'ouvrage de même nom en langue allemande par C. F. Findeisen. 1900. 3 Mark 50 Pf.

Dampfkessel, Dampfmaschinen und andere Wärmemotoren. Ein Lehr- und Nachschlagebuch für Praktiker, Techniker und Industrielle von Th. Schwartze. Siebente, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 285 Text- und 12 Tafeln Abbildungen. 1901. 5 Mark.

Darmerkrankungen s. Magen usw.

Delftermalerei s. Liebhaberkünste.

Destillation, trockene s. Chemische Technologie.

Dichtkunst s. Poetik.

Differential- und Integralrechnung. Von Franz Bendt. Dritte, verbesserte Auflage. Mit 39 Abbildungen. 1900. 3 Mark.

Diphtherie s. Infektionskrankheiten.

Dogmatik. Von Prof. D. Dr. Georg Runze. 1898. 4 Mark.

Drainierung und Entwässerung des Bodens. Von Dr. William Löbe. Dritte, gänzlich umgearbeitete Auflage. Mit 92 Abbildungen. 1881. 2 Mark.

Dramaturgie. Von Robert Prölß. Zweite, vermehrte und verbesserte Auflage. 1900. 4 Mark.

Drechslerei. Von Chr. Hermann Walde und Hugo Knoppe. Mit 392 Abbildungen. 1903. 6 Mark.

Drogenkunde. Zweite Auflage, vollständig neu bearbeitet von Dr. M. Pietsch und A. Fuchs. 1900. 3 Mark.

Düngemittel, künstliche s. Chemische Technologie.

Düngerlehre s. Agrikulturchemie.

Dysenterie s. Infektionskrankheiten.

Einjährig-Freiwillige. Der Weg zum Einjährig-Freiwilligen und zum Offizier des Beurlaubtenstandes in Armee und Marine. Von Oberstleutnant Moritz Exner. Dritte, vermehrte und verbesserte Auflage. 1900. 2 Mark 50 Pf.

Einzelwohnhaus der Neuzeit. Von Dr. Erich Haenel und Prof. Heinrich Tscharmann. Mit 218 Perspektiven und Grundrissen und 6 farbigen Tafeln. Quart. 1907. 7 Mark 50 Pf.

Eisenbahnbau. Für den Unterricht und die Übungen an technischen Lehranstalten sowie zum Gebrauch bei der Vorbereitung für den mittleren technischen Eisenbahndienst. Von Prof. M. Hartmann. Mit 300 Text- und 20 Tafeln Abbildungen nebst einer Tabelle. 1900. 6 Mark.

Eissegeln und Eisspiele s. Wintersport.

Elektrizität s. Physik.

Elektrochemie. Von Dr. Walter Löb. Mit 43 Abbildungen. 1897. 3 Mark.

Elektrotechnik. Ein Lehrbuch für Praktiker, Chemiker und Industrielle von Theodor Schwartze. Siebente, vollständig umgearbeitete Auflage. Mit 280 Abbildungen. 1901. 5 Mark.

Entwässerung s. Drainierung.

Erd- und Straßenbau. Für den Unterricht an technischen Lehranstalten und zum praktischen Gebrauche für Bauingenieure, Straßenmeister und Tiefbautechniker sowie zum Selbststudium bearbeitet von Prof. Richard Krüger. Mit 200 Abbildungen. 1904. 5 Mark 50 Pf.

Essigfabrikation s. Chemische Technologie.

Ethik. Von Friedrich Kirchner. Zweite, verbesserte und vermehrte Auflage. 1898. 3 Mark.

Fahrkunst. Gründliche Unterweisung für Equipagenbesitzer und Kutscher für rationelle Behandlung und Dressur des Wagenpferdes, Anspannung und Fahren von Friedrich Hamelmann. Dritte Auflage. Mit 21 Abbildungen. 1885. 4 Mark 50 Pf.

Familienhäuser für Stadt und Land als Fortsetzung von „Villen und kleine Familienhäuser". Von Georg Aster. Zweite Auflage. Mit 110 Abbidungen von Wohngebäuden nebst dazugehörigen Grundrissen und 6 in den Text gedruckten Figuren. 1905. 5 Mark.

Farbenlehre. Von Ernst Berger. Mit 40 Abbildungen und 8 Farbentafeln. 1898. 4 Mark 50 Pf.

Färberei. Dritte Auflage. Neubearbeitung von Dr. Grothes „Färberei und Zeugdruck" von Dr. A. Ganswindt. Mit 120 Abbildungen. 1904. 6 Mark.

——— s. auch Chemische Technologie.

——— und Zeugdruck. Von Dr. Hermann Grothe. Zweite, vollständig neu bearbeitete Auflage. Mit 78 Abbildungen. 1885. 2 Mark 50 Pf.

Farbstoffabrikation s. Chemische Technologie.

Farbwarenkunde. Von Dr. G. Heppe. 1881. 2 Mark.

Fechtkunst s. Hiebfechtschule, Säbelfechtschule und Stoßfechtschule.

Feldmesskunst. Von Prof. Dr. C. Pietsch. Siebente Auflage. Mit 76 Abbildungen. 1903. 1 Mark 80 Pf.

Festigkeitslehre s. Statik.

Fette s. Chemische Technologie.

Feuerbestattung. Von M. Pauly. Mit 31 Abbildungen. 1904 2 Mark.

Feuerlösch- und Feuerwehrwesen. Von Rudolf Fried. Mit 217 Abbildungen. 1899. 4 Mark 50 Pf.

Feuerwerkerei s. Chemische Technologie und Lustfeuerwerkerei.

Fieber s. Infektionskrankheiten.

Finanzwissenschaft. Von Alois Bischof. Sechste, verbesserte Auflage. 1898. 2 Mark.

Fischzucht, künstliche, und Teichwirtschaft. Wirtschaftslehre der zahmen Fischerei von Eduard August Schröder. Mit 52 Abbildungen. 1880. 2 Mark 50 Pf.

Flachsbau und Flachsbereitung. Von K. Sonntag. Mit 12 Abbildungen. 1872. 1 Mark 50 Pf.

Flöte und Flötenspiel. Ein Lehrbuch für Flötenbläser von Maximilian Schwedler. Mit 22 Abbildungen und vielen Notenbeispielen. 1897. 2 Mark 50 Pf.

Forstbotanik. Von H. Fischbach. Sechste, umgearbeitete und vermehrte Auflage, herausgegeben von Prof. R. Beck. Mit 77 Abbildungen. 1905. 3 Mark 50 Pf.

Fossilien s. Geologie und Versteinerungskunde.

Frau, das Buch der jungen. Ratschläge für Schwangerschaft, Geburt und Wochenbett von Dr. med. H. Burckhardt. Fünfte, verbesserte Auflage. 1899. 2 Mark 50 Pf., in Geschenkeinband 3 Mark.

Frauenkrankheiten, ihre Entstehung und Verhütung. Eine populärwissenschaftliche Studie von Dr. med. Wilhelm Huber. Vierte Auflage. Mit 40 Abbildungen. 1895. 4 Mark.

Freimaurerei. Von Dr. Willem Smitt. Zweite, verbesserte Auflage. 1899. 2 Mark.

Fremdwörter s. Wörterbuch, Deutsches.

Fuß s. Hand und Fuß.

Fußball s. Bewegungsspiele sowie Lawn-Tennis.

Galvanoplastik und Galvanostegie. Kurzgefaßter Leitfaden für das Selbststudium und den Gebrauch in der Werkstatt von Dr. Georg Langbein und Dr.-Ing. Alfred Frießner. Vierte, vollständig umgearbeitete und vermehrte Auflage. Mit 78 Abbildungen. 1904. 3 Mark 50 Pf.

Gartenbau s. Nutz-, Zier-, Zimmergärtnerei, Obstverwertung und Rosenzucht.

Gartengestaltung der Neuzeit. Von Kgl. Garteninspektor Willy Lange und Regierungsbaumeister Otto Stahn. Mit 209 Abbildungen, 8 farbigen Tafeln und 2 Plänen. Quart. 1907. 12 Mark.

Gasfabrikation s. Chemische Technologie.

Gebärdensprache s. Ästhetische Bildung und Mimik.

Geburt s. Frau, das Buch der jungen.

Gedächtniskunst. Von Hermann Kothe. Neunte, verbesserte und vermehrte Auflage, bearbeitet von Dr. Georg Pietsch. 1905. 1 Mark 50 Pf.

Geflügelzucht. Ein Merkbüchlein für Liebhaber, Züchter und Aussteller schönen Rassegeflügels von Bruno Dürigen. Mit 40 Abbildungen und 7 Tafeln. 1890. 4 Mark.

Geisteskrankheiten. Geschildert für gebildete Laien von Dr. med. Theobald Günz. 1890. 2 Mark 50 Pf.

Geldschrankbau s. Schlosserei I.

Gemäldekunde. Von Dr. Theodor v. Frimmel. Zweite, umgearbeitete und stark vermehrte Auflage. Mit 38 Abbildungen. 1904. 4 Mark.

Gemüsebau s. Nutzgärtnerei.

Generatoren s. Verbrennungskraftmaschinen.

Genickstarre s. Infektionskrankheiten.

Geographie. Von Karl Arenz. Fünfte Auflage, gänzlich umgearbeitet von Prof. Dr. Fr. Traumüller und Dr. O. Hahn. Mit 69 Abbildungen. 1899. 3 Mark 50 Pf.

Geographie, mathematische. Zweite Auflage, umgearbeitet und verbessert von Dr. Hermann J. Klein. Mit 114 Abbildungen. 1894. 2 Mark 50 Pf.

Geographische Verbreitung der Tiere s. Tiere usw.

Geologie. Von Dr. Hippolyt Haas, o. Honorarprofessor der Geologie und Paläontologie an der Universität Kiel. Achte, gänzlich umgearbeitete und vermehrte Auflage. Mit 244 in den Text gedruckten Abbildungen und einer Tafel. 1900. 4 Mark.

Geometrie, analytische. Von Dr. Max Friedrich. Zweite Auflage, durchgesehen und verbessert von Ernst Riedel. Mit 56 Abbildungen. 1900. 3 Mark.

Geometrie, darstellende s. Projektionslehre.

Geometrie, ebene und räumliche. Von Prof. Dr. K. Ed. Zetzsche. Vierte, vermehrte und verbesserte Auflage, bearbeitet von Franz Zetzsche. Mit 242 Abbildungen. 1905. 4 Mark.

Gerberei s. Chemische Technologie.

Gesangskunst. Von Prof. Ferdinand Sieber. Sechste Auflage. Mit vielen Notenbeispielen. 1903. 2 Mark 50 Pf.

Gesangsorgane s. Gymnastik der Stimme.

Geschichte, allgemeine s. Weltgeschichte.

Geschichte, deutsche. Von Wilhelm Kentzler. 1879. 2 Mark 50 Pf.

Gesellschaft, menschliche s. Soziologie.

Gesetzbuch, Bürgerliches nebst Einführungsgesetz. Textausgabe mit Sachregister. 1896. 2 Mark 50 Pf.

Gesteinskunde s. Geologie und Petrographie.

Gesundheitslehre, naturgemäße, auf physiologischer Grundlage. Siebzehn Vorträge von Dr. med. Fr. Scholz. Mit 7 Abbildungen. 1884. 3 Mark 50 Pf.

Gewerbeordnung für das Deutsche Reich. Textausgabe mit Sachregister. 1901. 1 Mark 20 Pf.

Gicht und Rheumatismus. Von Dr. med. Arnold Pagenstecher. Vierte, umgearbeitete Auflage. Mit 9 Abbildungen. 1903. 2 Mark.

Girowesen. Von Karl Berger. Mit 21 Formularen. 1881. 2 Mark.

Glasfabrikation s. Chemische Technologie.

Glasmalerei s. Porzellan- und Glasmalerei sowie Liebhaberkünste.

Goniometrie s. Trigonometrie.

Götterlehre s. Mythologie.

Graphologie. Von Rudolphine Poppée. Mit über 600 Schriftproben. 1908. 4 Mark.

Gymnastik, ästhetische und pädagogische s. Ästhetische Bildung usw.

Haare s. Haut, Haare, Nägel.

Hand und Fuß. Ihre Pflege, ihre Krankheiten und deren Verhütung nebst Heilung von Dr. med. J. Albu. Mit 30 Abbildungen. 1895. 2 Mark 50 Pf.

Handelsgesetzbuch für das Deutsche Reich nebst Einführungsgesetz. Textausgabe mit Sachregister. 1897. 2 Mark.

Handelsmarine, deutsche. Von Kapitän zur See a. D. Richard Dittmer. Mit 1 Karte und 66 Abbildungen. 1892. 3 Mark 50 Pf.

Handelsrecht, deutsches, nach dem Handelsgesetzbuch für das Deutsche Reich von Robert Fischer. Vierte, vollständig umgearbeitete Auflage. 1901. 2 Mark.

Handelswissenschaft auf volkswirtschaftlicher Grundlage. Siebente Auflage, vollständig neu bearbeitet von Dr. Otto Goldberg. 1903. 3 Mark.

Handschriftenkunde s. Graphologie.

Harmonielehre s. Kompositionslehre.

Haut, Haare, Nägel, ihre Pflege, ihre Krankheiten und deren Heilung nebst einem Anhang über Kosmetik von Dr. med. H. Schultz. Vierte Auflage, neu bearbeitet von Dr. med. E. Vollmer. Mit 42 Abbildungen. 1898. 2 Mark 50 Pf.

Heilgymnastik. Von Dr. med. H. A. Ramdohr. Mit 115 Abbildungen. 1893. 3 Mark 50 Pf.

Heizung, Beleuchtung und Ventilation. Von Ch. Schwartze. Zweite, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 200 Abbildungen. 1897. 4 Mark.

Heizung s. auch Chemische Technologie.

Heraldik. Grundriß der Wappenkunde. Von Dr. Eduard v. Sacken. Siebente Auflage, neu bearbeitet von Moriz v. Weittenhiller. Mit 261 Abbildungen. 1900. 2 Mark.

Herz, Blut- und Lymphgefäße, Nieren und Kropfdrüse. Ihre Pflege und Behandlungen im gesunden und kranken Zustande von Dr. med. Paul Niemeyer. Zweite, völlig umgearbeitete Auflage. Mit 49 Abbildungen. 1890. 3 Mark.

Hiebfechtschule, deutsche, für Korb- und Glockenrapier. Eine kurze Anweisung zur Erlernung des an unseren deutschen Hochschulen gebräuchlichen Hiebfechtens. Herausgegeben vom Verein deutscher Universitätsfechtmeister. Zweite Auflage. Mit 64 Abbildungen. 1901. 1 Mark 50 Pf.

Holzindustrie, technischer Ratgeber auf dem Gebiete der. Taschenbuch für Werkmeister, Betriebsleiter, Fabrikanten und Handwerker von Rudolf Stübling. Mit 112 Abbildungen. 1901. 6 Mark.

Hufbeschlag. Mit einem Anhang: Der Klauenbeschlag. Vierte Auflage, vollständig neu bearbeitet von Hermann Uhlich. Mit 140 Abbildungen. 1905. 2 Mark 50 Pf.

Hühnerzucht s. Geflügelzucht.

Hunderassen. Beschreibung der einzelnen Hunderassen, Behandlung, Zucht und Aufzucht, Dressur und Krankheiten des Hundes von Franz Krichler. Zweite Auflage, vollständig neu bearbeitet von G. Knapp. Mit 70 Abbildungen. 1905. 3 Mark.

Hüttenkunde, allgemeine. Von Prof. Dr. E. F. Dürre. Mit 209 Abbildungen. 1877. 4 Mark 50 Pf.

Infektionskrankheiten. Von Dr. med. H. Dippe. 1896. 3 Mark.

Influenza s. Infektionskrankheiten.

Intarsiaschnitzerei s. Liebhaberkünste.

Integralrechnung s. Differential- und Integralrechnung.

Invalidenversicherung. Von Alfred Wengler. 1900. 2 Mark.

Jäger und Jagdfreunde von Franz Krichler. Zweite Auflage, durchgesehen von G. Knapp. Mit 57 Abbildungen. 1902. 3 Mark.

Kalenderkunde. Belehrungen über Zeitrechnung, Kalenderwesen und Feste. Zweite Auflage, vollständig neu bearbeitet von Prof. Dr. Bruno Peter. 1901. 2 Mark.

——— s. auch Chronologie.

Kaliindustrie s. Chemische Technologie.

Kältetechnik, moderne. Ihr Anwendungsgebiet, ihre Maschinen und ihre Apparate. Von W. M. Lehnert. Mit 140 Text- und 12 Tafeln Abbildungen. 1905. 4 Mark.

Käsebereitung s. Chemische Technologie und Milchwirtschaft.

Kehlkopf, der, im gesunden und erkrankten Zustande. Von Dr. med. L. L. Merkel. Zweite Auflage, bearbeitet von Sanitätsrat Dr. med. O. Heinze. Mit 33 Abbildungen. 1896. 3 Mark 50 Pf.

Kellerwirtschaft s. Weinbau.

Keramik s. Chemische Technologie.

Keramik, Geschichte der. Von Friedrich Jännicke. Mit 417 Abbildungen. 1900. 10 Mark.

Kerbschnittarbeit s. Liebhaberkünste.

Kerzen s. Chemische Technologie.

Keuchhusten s. Infektionskrankheiten.

Kind, das, und seine Pflege. Von Dr. med. Livius Fürst. Fünfte, umgearbeitete und bereicherte Auflage. Mit 129 Abbildungen. 1897. 4 Mark 50 Pf., in Geschenkeinband 5 Mark.

——— s. auch Sprache und Sprachfehler des Kindes

Kindergarten, Einführung in die Theorie und Praxis des. Von Eleonore Heerwart. Mit 37 Abbildungen. 1901. 2 Mark 50 Pf.

Kirchengeschichte. Von Friedrich Kirchner. 1880. 2 Mark 50 Pf.

Klavierspiel, die Elemente des. Von Franklin Taylor. Deutsche Ausgabe von Mathilde Stegmayer. Zweite, verbesserte und vermehrte Auflage. Mit vielen Notenbeispielen. 1893. 2 Mark.

Klavierunterricht. Studien, Erfahrungen und Ratschläge für Klavierpädagogen von Louis Köhler. Sechste, neu durchgearbeitete Auflage von Richard Hofmann. 1905. 4 Mark.

Klempnerei. Von Franz Dreher. Erster Teil. Die Materialien, die Arbeitstechniken und die dabei zur Verwendung kommenden Werkzeuge, Maschinen und Einrichtungen. Mit 339 Abbildungen. 1902. 4 Mark 50 Pf.

— — Zweiter Teil. Die heutigen Arbeitsgebiete der Klempnerei. Mit 622 Abbildungen. 1902. 4 Mark 50 Pf.

Knabenhandarbeit. Ein Handbuch des erziehlichen Unterrichts von Dr. Woldemar Götze. Mit 69 Abbildungen. 1892. 3 Mark.

Kompositionslehre. Von Joh. Christ. Lobe. Siebente, vermehrte und verbesserte Auflage von Richard Hofmann. 1902. 3 Mark 50 Pf.

Korrespondenz, kaufmännische. Von C. F. Findeisen. Siebente, vermehrte Auflage, bearbeitet von Richard Spalteholz. 1906. 2 Mark 50 Pf.

Kosmetik s. Haut, Haare, Nägel sowie Toilettenchemie.

Kostümkunde. Von Wolfgang Quincke. Dritte, verbesserte und vermehrte Auflage. Mit 459 Kostümfiguren in 152 Abbildungen. Quart. 1908. 7 Mark 50 Pf.

Krankenpflege im Hause. Von Dr. med. Paul Wagner. Mit 71 Abbildungen. 1896. 4 Mark.

Krankenversicherung. Von Alfred Wengler. 1898. 2 Mark.

Krankheiten, ansteckende s. Infektionskrankheiten.

Kricket s. Lawn-Tennis.

Kristallographie s. Mineralogie.

Krocket s. Bewegungsspiele sowie Lawn-Tennis.

Kugel- und Ballspiele, englische s. Lawn-Tennis.

Kulturgeschichte, allgemeine. Dritte Auflage, vollständig neu bearbeitet von Dr. Rudolf Eisler. 1905. 3 Mark 50 Pf.

Kulturgeschichte, deutsche. Von Dr. Rudolf Eisler. 1905. 3 Mark.

Kunstgeschichte. Sechste Auflage, vollständig neu bearbeitet von Hermann Ehrenberg. Mit 314 Abbildungen. 1905. 6 Mark, in Geschenkeinband 6 Mark 50 Pf.

——— s. auch Archäologie.

Kunstwollfabrikation s. Wollwäscherei.

Kurzschrift, mittelalterliche s. Abbreviaturenlexikon.

Laubsägerei s. Liebhaberkünste.

Lawn-Tennis sowie zehn der beliebtesten englischen Kugel- und Ballspiele. Ein Leitfaden für die deutschen Spieler von Franz Prefinsky. Mit 105 Abbildungen. Zweites Tausend. 1907. 3 Mark 50 Pf.

Leimfabrikation s. Chemische Technologie.

Liebhaberkünste. Ein Leitfaden der weiblichen Hand- und Kunstfertigkeiten von Wanda Friedrich. Zweite, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 210 Abbildungen. 1905. 2 Mark 50 Pf.

Literaturgeschichte, allgemeine. Von Prof. Dr. Adolf Stern. Vierte, vermehrte und verbesserte Auflage. 1906. 4 Mark.

Literaturgeschichte, deutsche. Von Dr. Paul Möbius. Siebente, verbesserte Auflage von Prof. Dr. Gotthold Klee. 1896. 2 Mark.

Logarithmen. Von Prof. Max Meyer. Zweite, verbesserte Auflage. Mit 3 Tafeln und 7 Textabbildungen. 1898. 2 Mark 50 Pf.

Logik. Von Friedrich Kirchner. Dritte, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 30 Abbildungen. 1900. 3 Mark.

Lunge. Ihre Pflege und Behandlung im gesunden und kranken Zustande von Dr. med. Paul Niemeyer. Neunte, umgearbeitete Auflage von Dr. med. Karl Gerster. Mit 41 Abbildungen. 1900. 3 Mark.

Lungenentzündung und Lungenschwindsucht s. Infektionskrankheiten.

Lustfeuerwerkerei. Kurzer Lehrgang für die gründliche Ausbildung in allen Teilen der Pyrotechnik von G. A. v. Nida. Mit 124 Abbildungen. 1883. 2 Mark.

Magen und Darm, die Erkrankungen des. Für den Laien gemeinverständlich dargestellt von Dr. med. Edgar v. Sohlern. Mit 2 Abbildungen und 1 Tafel. 1905. 3 Mark 50 Pf.

Magnetismus s. Physik.

Malaria s. Infektionskrankheiten.

Malerei. Ein Ratgeber und Führer für angehende Künstler und Dilettanten von Prof. Karl Raupp. Vierte, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 54 Text- und 9 Tafeln Abbildungen. 1904. 3 Mark.

——— s. auch Liebhaberkünste sowie Porzellan- und Glasmalerei.

Mandelentzündung s. Infektionskrankheiten.

Markscheidekunst. Von O. Brathuhn. Zweite, umgearbeitete Auflage. Mit 190 Abbildungen. 1900. 3 Mark.

Maschinen s. Dampfkessel usw. sowie Verbrennungskraftmaschinen.

Maschinenelemente. Von L. Otterdinger. Mit 595 Abbildungen. 1902. 6 Mark.

Maschinenlehre, allgemeine. Beschreibung der gebräuchlichsten Kraft- und Arbeitsmaschinen der verschiedenen Industriezweige. Von Th. Schwartze. Mit 327 Abbildungen. 1903. 6 Mark.

Masern s. Infektionskrankheiten.

Massage. Von Dr. med. E. Preller. Zweite, völlig neu bearbeitete Auflage von Dr. med. Ralf Wichmann. Mit 89 Abbildungen. 1903. 3 Mark 50 Pf.

Mechanik. Von Ph. Huber. Siebente Auflage, den Fortschritten der Technik entsprechend bearbeitet von Prof. Walter Lange. Mit 215 Abbildungen. 1902. 3 Mark 50 Pf.

Mechanische Technologie s. Technologie.

Meereskunde, allgemeine. Von Johannes Walther. Mit 72 Abbildungen und einer Karte. 1893. 5 Mark.

Metallurgie. Von Dr. Th. Fischer. Mit 29 Abbildungen. 1904. 5 Mark.

Metaphysik. Von Prof. D. Dr. Georg Runze. 1905. 5 Mark.

Meteorologie. Von Prof. Dr. W. J. van Bebber. Dritte, gänzlich umgearbeitete Auflage. Mit 63 Abbildungen. 1803. 3 Mark.

Mikroskopie. Zweite Auflage, vollständig neu bearbeitet von Dr. Siegfried Garten. Mit 152 Abbildungen und einer farbigen Tafel. 1904. 4 Mark.

Milch, künstliche s. Chemische Technologie.

Milchwirtschaft. Von Dr. Eugen Werner. Mit 23 Abbildungen. 1884. 3 Mark.

Mimik und Gebärdensprache. Zweite Auflage. Von Karl Skraup. Mit 58 Abbildungen. 1907. 3 Mark 50 Pf.

Mineralogie. Von Dr. Eugen Hussak. Sechste, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 223 Abbildungen. 1901. 3 Mark.

Motoren s. Dampfkessel sowie Verbrennungskraftmaschinen.

Münzkunde. Von Hermann Dannenberg. Zweite, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 11 Tafeln Abbildungen. 1899. 4 Mark.

Musik. Von J. C. Lobe. Achtundzwanzigste, durchgesehene Auflage von Richard Hofmann. 1904. 1 Mark 50 Pf.

Musikgeschichte. Von Robert Musiol. Dritte, stark erweiterte Auflage, vollständig neu bearbeitet von Richard Hofmann. Mit 11 Text- und 22 Tafeln Abbildungen. 1905. 4 Mark 50 Pf.

Musikinstrumente, ihre Beschreibung und Verwendung von Richard Hofmann. Sechste, vollständig neu bearbeitete Auflage. Mit 205 Abbildungen und zahlreichen Notenbeispielen. 1903. 4 Mark.

Musterschutz s. Patentwesen usw.

Mythologie. Von Dr. Ernst Kroker. Mit 73 Abbildungen. 1891. 4 Mark.

Nägel s. Haut, Haare, Nägel.

Nahrungsmittelchemie. Ein illustriertes Lexikon der Nahrungs- und Genußmittel sowie Gebrauchsgegenstände. Von Korps-Stabsapotheker J. Uarges. Mit 178 Abbildungen und 3 farbigen Tafeln. Großoktav. 10 Mark.

Naturlehre. Erklärung der wichtigsten physikalischen, meteorologischen und chemischen Erscheinungen des täglichen Lebens von Dr. C. E. Brewer. Vierte, umgearbeitete Auflage. Mit 53 Abbildungen. 1893. 3 Mark.

Nautik. Von Dr. Roderich Zeltz. Mit 68 Abbildungen. 1906. 4 Mark.

Nervosität. Von Dr. med. Paul Julius Möbius. Dritte, vermehrte und verbesserte Auflage. 1900. 2 Mark 50 Pf.

Nivellierkunst. Von Prof. Dr. E. Pietsch. Fünfte, umgearbeitete Auflage. Mit 61 Abbildungen. 1900. 2 Mark.

Numismatik s. Münzkunde.

Nutzgärtnerei. Grundzüge des Gemüse- und Obstbaues von Hermann Jäger. Sechste, vermehrte und verbesserte Auflage, nach den neuesten Erfahrungen und Fortschritten umgearbeitet von J. Wesselhöft. M. 75 Abbildungen. 1905. 3 Mark.

Obstbau s. Nutzgärtnerei.

Obstverwertung. Anleitung zur Behandlung und Aufbewahrung des frischen Obstes, zum Dörren, Einkochen, Einmachen sowie zur Wein-, Likör-, Branntwein- und Essigbereitung aus den verschiedensten Obst- und Beerenarten von Johannes Wesselhöft. Mit 45 Abbildungen. 1897. 3 Mark.

Ohr, das, und seine Pflege im gesunden und kranken Zustande. Von Prof. Dr. med. Ernst Richard Hagen. Zweite, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 45 Abbildungen. 1883. 2 Mark 50 Pf.

Öle s. Chemische Technologie.

Optik Physik.

Orden s. Ritter- und Verdienstorden.

Orgel. Erklärung ihrer Struktur, besonders in Beziehung auf technische Behandlung beim Spiel von E. F. Richter. Vierte, verbesserte und vermehrte Auflage, bearbeitet von Hans Menzel. Mit 25 Abbildungen. 1896. 3 Mark.

Ornamentik. Leitfaden über die Geschichte, Entwickelung und charakteristischen Formen der Verzierungsstile aller Zeiten von F. Kanitz. Sechste, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 137 Abbildungen. 1902. 2 Mark 50 Pf.

Pädagogik. Von Dr. Friedrich Kirchner. 1890. 2 Mark.

Pädagogik, Geschichte der. Von Friedrich Kirchner. 1899. 3 Mark.

Paläontologie s. Versteinerungskunde.

Patentwesen. Muster- und Warenzeichenschutz. Von Otto Sack. Mit 3 Abbildungen. 1897. 2 Mark 50 Pf.

Perspektive, angewandte. Nebst Erläuterung über Schattenkonstruktionen und Spiegelbilder von Prof. Max Kleiber. Vierte, durchgesehene Auflage. Mit 145 Text- und 7 Tafeln Abbildungen. 1904. 3 Mark.

Petrefaktenkunde s. Versteinerungskunde.

Petrographie. Lehre von der Beschaffenheit, Lagerung und Bildungsweise der Gesteine von Prof. Dr. J. Blaas. Zweite, vermehrte Auflage. Mit 86 Abbildungen. 1898. 3 Mark.

Pferdedressur s. Fahrkunst und Reitkunst.

Pflanzen, die leuchtenden s. Tiere und Pflanzen usw.

Pflanzenmorphologie, vergleichende. Von Dr. E. Dennert. Mit über 600 Einzelbildern in 506 Figuren. 1894. 5 Mark.

Philosophie. Von J. H. v. Kirchmann. Vierte, durchgesehene Aufl. 1897. 3 Mark.

Philosophie, Geschichte der, von Thales bis zur Gegenwart. Von Lic. Dr. Friedrich Kirchner. Dritte, vermehrte und verbesserte Auflage. 1896. 4 Mark.

Photographie, praktische. Sechste Auflage, völlig neu bearbeitet von Prof. H. Keßler. Mit 141 Text- und 8 Tafeln Abbildungen. 1906. 4 Mark 50 Pf.

Phrenologie. Von Gustav Scheve. Achte Auflage. Mit 19 Abbildungen. 1890. 2 Mark.

Physik. Von Prof. Dr. Julius Kollert. Sechste, verbesserte und vermehrte Auflage. Mit 364 Abbildungen. 1903. 7 Mark.

Physik, Geschichte der. Von Prof. Dr. E. Gerland. Mit 72 Abbildungen. 1892. 4 Mark.

Physiologie des Menschen, als Grundlage einer naturgemäßen Gesundheitslehre. Von Dr. med. Fr. Scholz. Mit 58 Abbildungen. 1883. 3 Mark.

Planetographie. Eine Beschreibung der im Bereiche der Sonne zu beobachtenden Körper von O. Lohse. Mit 15 Abbildungen. 1894. 3 Mark 50 Pf.

Planimetrie mit einem Anhange über harmonische Teilung, Potenzlinien und das Berührungssystem des Apollonius. Von Ernst Riedel. Mit 190 Abbildungen. 1900. 4 Mark.

Pocken s. Infektionskrankheiten.

Poetik, deutsche. Von Prof. Dr. Johannes Minckwitz. Dritte Auflage. 1899. 2 Mark 50 Pf.

Porzellan- und Glasmalerei. Von Robert Ulke. Mit 77 Abbildungen. 1894. 3 Mark.

Projektionslehre einschließlich der Elemente der Perspektive und schiefen Projektion. Von Prof. Julius Hoch. Dritte, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 155 Abbildungen. 1907. 2 Mark 50 Pf.

Psychologie. Von Friedrich Kirchner. Zweite, vermehrte und verbesserte Auflage. 1896. 3 Mark.

Pulverfabrikation s. Chemische Technologie.

Pyrotechnik s. Lustfeuerwerkerei.

Radfahrsport. Von Dr. Karl Biesendahl. Mit 105 Abbildungen. 1897. 3 Mark.

Raumberechnung. Anleitung zur Größenbestimmung von Flächen und Körpern jeder Art von Prof. Dr. L. Pietsch. Vierte, verbesserte Auflage. Mit 55 Abbildungen. 1898. 1 Mark 80 Pf.

Rebenkultur s. Weinbau usw.

Rechnen s. Arithmetik.

Rechnen, kaufmännisches. Von Robert Stern. 1904. 5 Mark.

Redekunst. Anleitung zum mündlichen Vortrage von Roderich Benedix. Sechste Auflage. 1903. 1 Mark 50 Pf.

——— s. auch Vortrag, der mündliche.

Registratur- und Archivwissenschaft. Leitfaden für das Registratur- und Archivwesen bei den Reichs-, Staats-, Hof-, Kirchen-, Schul- und Gemeindebehörden, den Rechtsanwälten usw. sowie bei den Staatsarchiven von Georg Holtzinger. Mit Beiträgen von Dr. Friedrich Leist. Zweite, durchgesehene und vervollständigte Auflage. 1908. 4 Mark.

Reich, das Deutsche. Ein Unterrichtsbuch in den Grundsätzen des deutschen Staatsrechts, der Verfassung und Gesetzgebung des Deutschen Reiches von Dr. Wilhelm Zeller. Zweite, vielfach umgearbeitete und erweiterte Auflage. 1880. 3 Mark.

Reinigung s. Wäscherei usw.

Reitkunst in ihrer Anwendung auf Kampagne-, Militär- und Schulreiterei. Von Adolf Kästner. Vierte, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 71 Text und 2 Tafeln Abbildungen. 1892. 6 Mark.

Religionsphilosophie. Von Prof. Dr. Georg Runze. 1901. 4 Mark.

Rheumatismus s. Gicht usw. und Infektionskrankheiten.

Ritter- und Verdienstorden aller Kulturstaaten der Welt innerhalb des 19. Jahrhunderts. Auf Grund amtlicher und anderer zuverlässiger Quellen zusammengestellt von Maximilian Gritzner. Mit 700 Abbildungen. 1893. 9 Mark, in Pergamenteinband 12 Mark.

Rosenzucht. Vollständige Anleitung über Zucht, Behandlung und Verwendung der Rosen im Lande und in Töpfen von Hermann Jäger. Zweite, verbesserte und vermehrte Auflage, bearbeitet von P. Lampert. Mit 70 Abbildungen. 1893. 2 Mark 50 Pf.

Ruder- und Segelsport. Von Otto Gusti. Mit 66 Abbildungen und einer Karte. 1898. 4 Mark.

Ruhr s. Infektionskrankheiten.

Säbelfechtschule, deutsche. Eine kurze Anweisung zur Erlernung des an unseren deutschen Hochschulen gebräuchlichen Säbelfechtens. Herausgegeben vom Verein deutscher Fechtmeister. Mit 27 Abbildungen. 1907. 1 Mark 50 Pf.

Säugetiere, Vorfahren der, in Europa. Von Albert Gaudry. Aus dem Französischen übersetzt von William Marshall. Mit 40 Abbildungen. 1891. 3 Mark.

Schachspielkunst. Von K. J. S. Portius. Zwölfte, vermehrte und verbesserte Auflage. 1901. 2 Mark 50 Pf.

Scharlach s. Infektionskrankheiten.

Schattenkonstruktion s. Perspektive.

Schauspielkunst s. Dramaturgie.

Schlitten- und Schlittschuhsport s. Wintersport.

Schlosserei. Von Julius Hoch. Erster Teil (Beschläge, Schloßkonstruktionen und Geldschrankbau). Mit 256 Abbildungen. 1899. 6 Mark.

——— Zweiter Teil (Bauschlosserei). Mit 288 Abbildungen. 1899. 6 Mark.

——— Dritter Teil (Kunstschlosserei und Verschönerungsarbeiten des Eisens). Mit 201 Abbildungen 1901. 4 Mark 50 Pf.

Schneeschuhsport s. Wintersport.

Schönheitspflege s. Haut, Haare, Nägel sowie Toilettenchemie.

Schreibunterricht. Mit einem Anhang: Die Rundschrift. Dritte Auflage, neu bearbeitet von Georg Funk. Mit 82 Figuren. 1893. 1 Mark 50 Pf.

Schwangerschaft s. Frau, das Buch der jungen.

Schwimmkunst. Von Martin Schwägerl. Zweite Auflage. Mit 111 Abbildungen. 1897. 2 Mark.

Schwindsucht s. Infektionskrankheiten.

Segelsport s. Ruder- und Segelsport.

Seifenfabrikation s. Chemische Technologie,

Selbsterziehung. Ein Wegweiser für die reifere Jugend von John Stuart Blackie. Deutsche autorisierte Ausgabe von Dr. Friedrich Kirchner. Dritte Auflage. 1903. 2 Mark.

Sinne und Sinnesorgane der niederen Tiere. Von E. Jourdan. Aus dem Französischen übersetzt von William Marshall. Mit 48 Abbildungen. 1891. 4 Mark.

Sitte, die feine s. Ton, der gute.

Sittenlehre s. Ethik.

Skrofulose s. Infektionskrankheiten.

Sozialismus, der moderne. Von Max Haushofer. 1890. 3 Mark.

Soziologie. Die Lehre von der Entstehung und Entwickelung der menschlichen Gesellschaft. Von Dr. Rudolf Eisler. 1903. 4 Mark.

Spiegelbilder s. Perspektive.

Spiele s. Bewegungsspiele, Kindergarten sowie Lawn-Tennis.

Spinnerei, Weberei und Appretur. Vierte Auflage, vollständig neu bearbeitet von Niklas Reiser. Mit 348 Abbildungen. 1901. 6 Mark.

Spiritusbrennerei s. Chemische Technologie.

Sprache und Sprachfehler des Kindes. Gesundheitslehre der Sprache für Eltern, Erzieher und Ärzte von Dr. med. Hermann Gutzmann. Mit 22 Abbildungen. 1894. 3 Mark 50 Pf.

Sprache, deutsche s. Wörterbuch, deutsches.

Sprachlehre, deutsche. Von Dr. Konrad Michelsen. Vierte, verbesserte und vermehrte Auflage von Friedrich Nedderich. 1898. 2 Mark 50 Pf.

Sprachorgane s. Gymnastik der Stimme.

Sprengstoffe s. Chemische Technologie.

Sprichwörter s. Zitatenlexikon.

Städtebau s. Erd- und Straßenbau.

Stalldienst und Stallpflege s. Fahrkunst.

Statik mit gesonderter Berücksichtigung der zeichnerischen und rechnerischen Methoden. Von Walter Lange. Mit 284 Abbildungen. 1897. 4 Mark.

Stenographie. Ein Leitfaden für Lehrer und Lernende der Stenographie im allgemeinen und des Systems von Gabelsberger im besonderen von Prof. Heinrich Krieg. Dritte, vermehrte Auflage. Mit Titelbild. 1900. 3 Mark.

Stereometrie. Mit einem Anhange über Kegelschnitte sowie über Maxima und Minima, begonnen von Richard Schurig, vollendet und einheitlich bearbeitet von Ernst Riedel. Mit 159 Abbildungen. 1898. 3 Mark 50 Pf.

Stile s. Baustile und Ornamentik.

Stilistik, Eine Anweisung zur Ausarbeitung schriftlicher Aufsätze von Dr. Konrad Michelsen. Dritte, verbesserte und vermehrte Auflage, herausgegeben von Friedrich Nedderich. 1898. 2 Mark 50 Pf.

Stimme, Gymnastik der, gestützt auf physiologische Gesetze. Eine Anweisung zum Selbstunterricht in der Übung und dem richtigen Gebrauche der Sprach- und Gesangsorgane von Oskar Guttmann. Siebente, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit 20 Abbildungen. 1908. 3 Mark 50 Pf.

Stoßfechtschule, deutsche, nach Kreußlerschen Grundsätzen. Zusammengestellt und herausgegeben vom Verein deutscher Fechtmeister. Mit 42 Abbildungen. 1892. 1 Mark 50 Pf.

Stottern s. Sprache und Sprachfehler.

Straßenbau s. Erd- und Straßenbau.

Tanzkunst. Ein Leitfaden für Lehrer und Lernende nebst einem Anhang über Choreographie von Bernhardt Klemm. Siebente Auflage. Mit 83 Abbildungen und vielen musikalisch-rhythmischen Beispielen. 1901. 3 Mark.

——— s. auch Ästhetische Bildung usw.

Taubenzucht s. Geflügelzucht.

Technologie, chemische. Unter Mitwirkung von P. Kersting, M. Horn, Th. Fischer, A. Junghahn und J. Pinnow herausgegeben von Paul Kersting und Max Horn. Erster Teil. Anorganische Verbindungen. Mit 70 Abbildungen. 1902. 5 Mark.

— — Zweiter Teil. Organische Verbindungen. Mit 72 Abbildungen. 1902. 5 Mark.

— — Dritter Teil s. Hüttenkunde.

— — Vierter Teil s. Metallurgie.

Technologie, mechanische. Von Albrecht von Ihering. Zweite, völlig umgearbeitete und vermehrte Auflage. Mit 340 Abbildungen. 1904. 4 Mark.

Teichwirtschaft s. Fischzucht usw.

Telegraphie, elektrische. Von Georg Schmidt. Siebente, völlig umgearbeitete Auflage. Mit 484 Abbildungen. 1906. 6 Mark.

Textilindustrie s. Spinnerei usw.

Tiefbrand s. Liebhaberkünste.

Tiere, geographische Verbreitung der. Von E. L. Trouessart. Aus dem Französischen übersetzt von W. Marshall. Mit 2 Karten. 1892. 4 Mark.

Tiere und Pflanzen, die leuchtenden. Von Henri Gadeau de Kerville. Aus dem Französischen übersetzt von W. Marshall. Mit 28 Abbildungen. 1893. 3 Mark.

Tierzucht, landwirtschaftliche. Von Dr. Eugen Werner. Mit 20 Abbildungen. 1880. 2 Mark 50 Pf.

Tintenfabrikation [. Chemische Technologie.

Toilettenchemie. Von Dr. Heinrich Hirzel. Vierte, neu bearbeitete und vermehrte Auflage. Mit 89 Abbildungen. 1892. 7 Mark 50 Pf., in Halbfranzband 9 Mark.

Ton, der gute, und die feine Sitte. Von Eufemia v. Adlersfeld geb. Gräfin Ballestrem. Vierte, verbesserte Auflage. 1900. 2 Mark.

——— [. auch Ästhetische Bildung usw.

Tonwarenindustrie [. Chemische Technologie.

Trichinenkrankheit [. Infektionskrankheiten.

Trichinenschau. Von F. W. Rüffert. Dritte, verbesserte und vermehrte Auflage. Mit 52 Abbildungen. 1895. 1 Mark 80 Pf.

Trigonometrie. Von Franz Bendt. Dritte, erweiterte Auflage. Mit 42 Figuren. 1901. 2 Mark.

Tuberkulose [. Infektionskrankheiten.

Turnkunst. Von Prof. Dr. Moritz Kloß. Siebente, vermehrte und verbesserte Auflage, bearbeitet von Otto Schlenker. Mit 105 Abbildungen. 1905. 4 Mark.

Typhus [. Infektionskrankheiten.

Uhrmacherkunst. Von F. W. Rüffert. Vierte, vollständig neu bearbeitete und vermehrte Auflage. Mit 252 Abbildungen und 5 Tabellen. 1901. 4 Mark.

Unfallversicherung. Von Alfred Wengler. 1898. 2 Mark.

Uniformkunde. Von Richard Knötel. Mit über 1000 Einzelfiguren auf 100 Tafeln, gezeichnet vom Verfasser. 1890. 6 Mark.

Unterleibsbrüche. Ihre Ursachen, Erkenntnis und Behandlung von Dr. med. Fr. Ravoth. Zweite, von Dr. med. G. Wolzendorff bearbeitete Auflage. Mit 28 Abbildungen. 1886. 2 Mark 50 Pf.

Ventilation [. Heizung usw.

Verbrennungskraftmaschinen und Generatoren. Von Dr.-Ing. F. Spielmann. Mit 109 Abbildungen. Großoktav. 6 Mark.

Verfassung des Deutschen Reichs [. Reich, das Deutsche.

Versicherungswesen. Von Oskar Lemcke. Zweite, vermehrte und verbesserte Auflage. 1888. 2 Mark 40 Pf.

——— [. auch Invaliden-, Kranken- und Unfallversicherung.

Verskunst, deutsche. Von Dr. Roderich Benedix. Dritte, durchgesehene und verbesserte Auflage. 1894. 1 Mark 50 Pf.

Versteinerungskunde (Petrefaktenkunde, Paläontologie). Eine Übersicht über die wichtigeren Formen des Tier- und des Pflanzenreiches der Vorwelt von Prof. Dr. Hippolyt Haas. Zweite, gänzlich umgearbeitete und vermehrte Auflage. Mit 234 Abbildungen und 1 Tafel. 1902. 3 Mark 50 Pf.

Villen und kleine Familienhäuser. Von Georg Ajter. Mit 112 Abbildungen von Wohngebäuden nebst dazugehörigen Grundrissen und 23 in den Text gedruckten Figuren. Elfte Auflage. 1900. 5 Mark.
(Fortsetzung dazu [. Familienhäuser für Stadt und Land).

Violine und Violinspiel. Von Reinhold Jockisch. Mit 19 Abbildungen und zahlreichen Notenbeispielen. 1900. 2 Mark 50 Pf.

Vögel, der Bau der. Von William Marshall. Mit 229 Abbildungen. 1895. 7 Mark 50 Pf.

Völkerkunde. Von Dr. Heinrich Schurtz. Mit 67 Abbildungen. 1893. 4 Mark.

Völkerrecht. Von Dr. Albert Zorn. Zweite, vollständig neu bearbeitete Auflage. 1903. 4 Mark.

Volkswirtschaftslehre. Nach Hugo Schober neu bearbeitet von Prof. Dr. Ed. O. Schulze. Sechste Auflage. 1905. 6 Mark.

Vortrag, der mündliche. Ein Lehrbuch für Schulen und zum Selbstunterricht von Roderich Benedix. Erster Teil. Die reine und deutliche Aussprache des Hochdeutschen. Zehnte Auflage. 1905. 1 Mark 50 Pf.

— — Zweiter Teil. Die richtige Betonung und die Rhythmik der deutschen Sprache. Fünfte Auflage. 1904. 3 Mark.

— — Dritter Teil. Schönheit des Vortrages. Fünfte Auflage. 1901. 3 Mark 50 Pf.

——— s. auch Redekunst und Gymnastik der Stimme.

Wappenkunde s. Heraldik.

Warenkunde. Sechste Auflage, vollständig neu bearbeitet von Dr. M. Pietsch. 1899. 3 Mark 50 Pf.

Warenzeichenschutz s. Patentwesen usw.

Wäscherei, Reinigung und Bleicherei. Von Dr. Hermann Grothe. Zweite, vollständig umgearbeitete Auflage. Mit 41 Abbildungen. 1884. 2 Mark.

——— s. auch Chemische Technologie und Wollwäscherei.

Wasserbau. Zum Selbstunterricht, für den Gebrauch in der Praxis und als Lehrbuch für Fachschulen von K. Schiffmann. Mit 605 Text- und 8 Tafeln Abbildungen. 1905. 7 Mark 50 Pf.

Wasserkur und ihre Anwendungsweise. Von Dr. med. E. Preller. Mit 38 Abbildungen. 1891. 3 Mark 50 Pf.

Wasserversorgung der Gebäude. Von Prof. Walter Lange. Mit 282 Abbildungen. 1902. 3 Mark 50 Pf.

Weberei s. Spinnerei usw.

Wechselrecht, allgemeines deutsches. Mit besonderer Berücksichtigung der Abweichungen und Zusätze der österreichischen und ungarischen Wechselordnung und des eidgenössischen Wechsel- und Scheckgesetzes. Von Karl Arenz. Dritte, ganz umgearbeitete und vermehrte Auflage. 1884. 2 Mark.

Weinbau, Rebenkultur und Weinbereitung. Von Friedrich Jakob Dochnahl. Dritte, vermehrte und verbesserte Auflage. Mit einem Anhange: Die Kellerwirtschaft. Von A. v. Babo. Mit 55 Abbildungen. 1890. 2 Mark 50 Pf.

Weinbereitung s. auch Chemische Technologie.

Weltgeschichte, allgemeine. Von Prof. Dr. Theodor Flathe. Dritte Auflage. Mit 6 Stammtafeln und einer tabellarischen Übersicht. 1899. 3 Mark 50 Pf.

Wintersport. Von Max Schneider. Mit 140 Abbildungen. 1894. 3 Mark.

Wissenschaften, Geschichte der. Von Dr. Rudolf Eisler. 1906. 6 Mark.

Witterungskunde s. Meteorologie.

Wochenbett s. Frau, das Buch der jungen.

Wollwäscherei und Karbonisation. Mit einem Anhang Die Kunstwollfabrikation von Dr. A. Ganswindt. Mit 80 Abbildungen. 1905. 4 Mark.

Wörterbuch, deutsches. Wörterbuch der deutschen Schrift- und Umgangssprache sowie der wichtigsten Fremdwörter. Von Dr. J. H. Kaltschmidt, neu bearbeitet und vielfach ergänzt von Dr. Georg Lehnert. 1900. 7 Mark 50 Pf.

Zeichnen, geometrisches s. Projektionslehre.

Zeugdruck s. Färberei und Zeugdruck.

Ziegelfabrikation s. Chemische Technologie.

Ziegenpeter s. Infektionskrankheiten.

Ziergärtnerei. Belehrung über Anlage, Ausschmückung und Unterhaltung der Gärten sowie über Blumenzucht von H. Jäger. Sechste Auflage, nach den neuesten Erfahrungen und Fortschritten umgearbeitet von J. Wesselhöft. Mit 104 Abbildungen. 1901. 3 Mark 50 Pf.

Zimmergärtnerei. Von M. Lebl. Zweite, umgearbeitete und vermehrte Auflage. Mit 89 Abbildungen. 1901. 3 Mark.

Zitatenlexikon. Sammlung von Zitaten, Sprichwörtern, sprichwörtlichen Redensarten und Sentenzen von Daniel Sanders. Zweite, vermehrte und verbesserte Auflage. 1905. 6 Mark, in Geschenkeinband 7 Mark.

Zoologie. Zweite Auflage, vollständig neu bearbeitet von Prof. Dr. William Marshall. Mit 297 Abbildungen. 1901. 7 Mark 50 Pf.

Zuckerfabrikation s. Chemische Technologie.

Zündhölzerfabrikation s. Chemische Technologie.

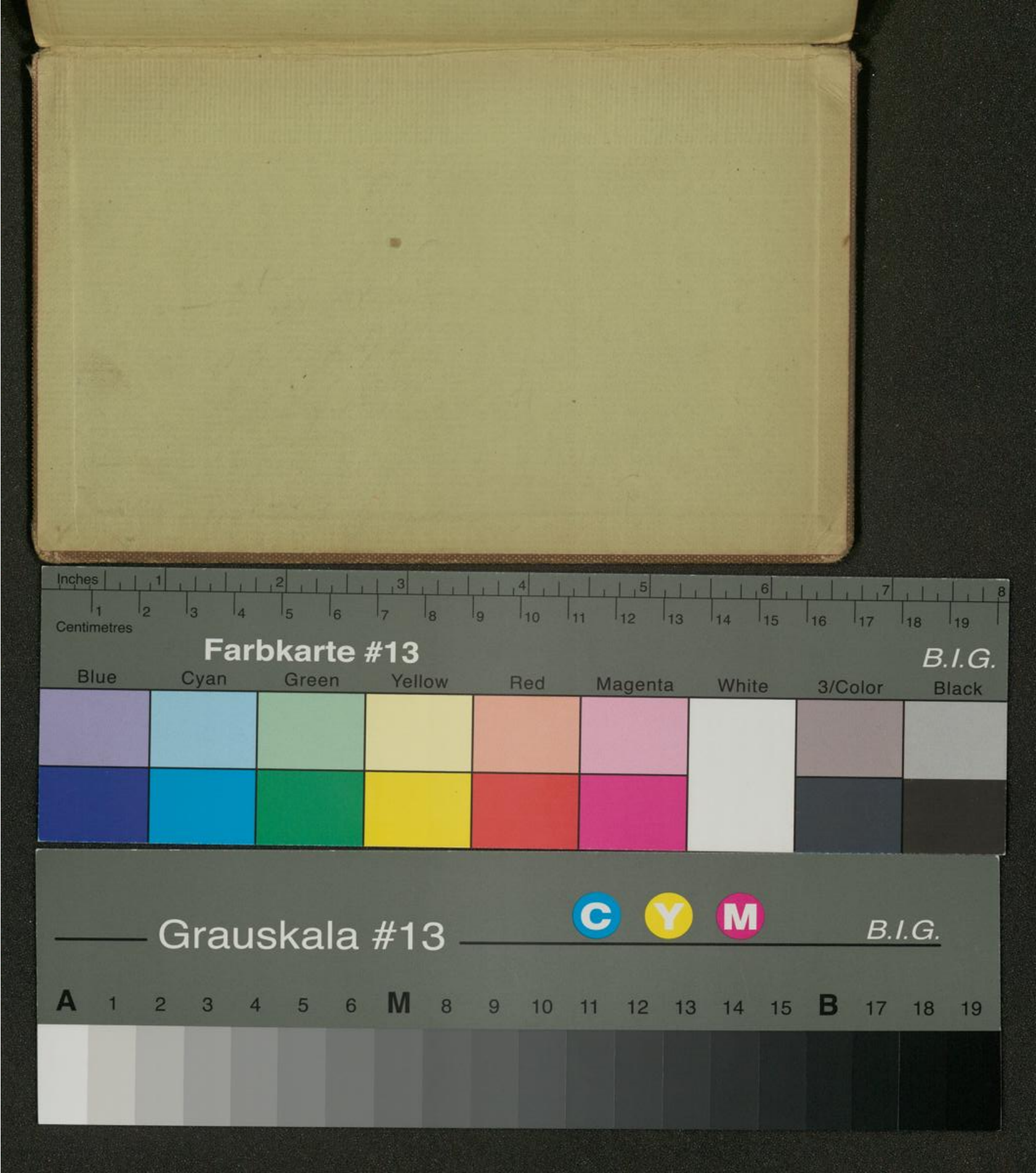
Zündmittel s. Chemische Technologie.

Verzeichnisse mit Inhaltsangabe jedes Bandes stehen unentgeltlich zur Verfügung

Verlagsbuchhandlung von J. J. Weber in Leipzig
Reudnitzer Straße 1—7.

Juni 1908.

Druck von J. J. Weber in Leipzig.


Inches
1 2 3 4 5 6 7 8
Centimetres
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19
Farbkarte #13
B.I.G.
Blue
Cyan
Green
Yellow
Red
Magenta
White
3/Color
Black
Grauskala #13
C
Y
M
B.I.G.
A 1 2 3 4 5 6 M 8 9 10 11 12 13 14 15 B 17 18 19

Stadtbibliothek Wuppertal
1 23 19032 0 062