

## Das Sammeln von Propagandamarken

**F**iner Seuche gleich griff der neue Sport des Propagandamarkensammelns unter der Münchner Jugend um sich. In der Schule steckten die Kinder während der Pausen die Köpfe zusammen und zeigten sich ihre Hefte mit den bunten Bildchen. Beim Viktualienmarkt trafen sich die Jungen zu bestimmten Stunden und hielten eine regelrechte Börse mit den begehrten Marken ab. Man musste in der Schule strenge Verbote erlassen und die Polizei wurde aufgeboten, um das Verkehrshindernis der Freiluftbörse zu beseitigen. Aber alles half nichts. Die neue Liebhaberei liess sich nicht mehr eindämmen, und heute hat sie einen grösseren Umfang angenommen, als je. Sie hat von München ausgehend überall Boden gefasst und die Kleinen haben die Grossen angesteckt. In wenigen Jahren ist eine regelrechte Industrie aus der

Es wäre interessant, den Ursachen nachzugehen, denen die rasche Einführung der neuen Liebhaberei zu verdanken ist. Um sie auch nur ober-



Baumberger

Abb. 41

Druck: J. E. Wolfensberger, Zürich

Plakat

unschuldigen Sammlerei emporgeschossen, die zahlreichen Künstlern, Druckern und Händlern ein Auskommen bietet.



F. Boscovits

Abb. 40

Plakat

Druck: J. E. Wolfensberger, Zürich

flächlich zu verstehen, müssen wir uns rasch die Geschichte ihres Objektes vergegenwärtigen. Den Ursprung der Propagandamarken bildet der Briefverschluss. Wenn sie aber auch heute noch ihren Ursprung in der Verwendung nicht verleugnen, so haben doch noch andere Faktoren zu ihrem Gedeihen und zu ihrer Lebensfähigkeit beigetragen. Ihre Form wurde von der Briefmarke beeinflusst und gewiss hat die Philatelie indirekt das Sammeln der Propagandamarken gefördert. Nicht minder bedeutungsvoll aber für ihre Entwicklung ist der Bund, den die Reklame mit dem Briefverschluss einging und als deren Kind die neue Marke zu betrachten ist.

Zur Entwicklung des Briefverschlusses hat J. Braun (Nürnberg) bemerkenswerte Angaben