

uns tunlichst an das Anschauungsmaterial, welches Herr Professor Pazaurek im Januarheft dieser Zeitschrift auf Seite 42 ff. gab. Die Vorläufer unserer Postmarke waren Stempelungen von Briefumschlägen, der Amtsstempel mit hinzugefügtem Portowert; Ziffer und Hoheits- oder Wahrzeichen hätten wir demnach als die wichtigsten Bestandteile zu betrachten. Unter den Ziffernmarken der Erde werden eine Reihe der frühesten Marken als die edelsten angepriesen, darunter die Thurn- und Taxis-Marken von 1852, sowie die aus Brasilien von 1843 (Nr. 3, 4, 5 des 2. Bildes). Wir werden selbst sogleich die Anmerkung machen, daß hier nicht die Zeichnung der Ziffern allein die hohe Klasse der Marken bedingt, sondern daß der Untergrund sehr am Erfolge beteiligt ist. Doch schlagen die angegebenen Lösungen nicht nur alle andern, sondern auch in dieser Hinsicht alle neuen Versuche. Die Ziffern entsprechen in hohem Grade den sich aus dem Zweck ergebenden Anforderungen. Sie sind sehr anschaulich, sehr deutlich, sie beherrschen das Gesamtbild und doch knallen sie nicht patzig und wichtig über das Nötige heraus; sie haben nichts von der maschinenmäßigen Glätte der neueren Ziffern, man spürt eine gewisse Neigung des Zeichners zu seinem Gebilde, einige Anmut und Beschaulichkeit, wie sie z. B. in dem leisen Schwung des $\frac{1}{4}$ Silber-groschen-Teilstriches (5) erkennbar ist. Selbst eine gewisse Tolpatschigkeit im Aufbau der „6“ (4) wirkt günstig auf uns als Merkmal beseelter Arbeit. Vergleichen wir damit die neueren österreichischen Ziffernmarken (13–15), so kommen wir zu einer etwas geringeren Bewertung. Auch sie beherrschen das Blatt, aber sie treten kraft aus einem toten schwarzen Kasten heraus. Allerdings sind es noch nicht die aalglatten, monotonen Zifferformen, die in allen neueren Wettbewerben so jämmerlich wirken, zumal werden wir in der „4“ (Bild 2, 14) das Ausschlaggebende einer „pfleglichen“ Behandlung eines jeden Teiles eines graphischen Blattes erkennen. Nehmen wir hingegen die Ziffernmarken des Dürerbund-Wettbewerbs (Bild 10, untere Reihe): So leicht sich auf schwarzem Grunde eine Deckweiß-Drei pinseln läßt, so mühelos und hurtig sich die schwungvolle „5“ des sonst noch lobend zu erwähnenden Puhonny-Entwurfes und die Zehnen der letzten beiden Marken hinwerfen lassen, so leicht sehen auch unsere Augen darüber hin. Wir werden nicht etwa einem spießigbehäbigen Schnörkel das Wort reden; die Forderung nach dem geringsten Aufwand bei Befriedigung aller Ansprüche leitet unser Auge bei jeder Einzelheit in neuem oder altem Stil. In Bild 14 des Stuttgarter Wettbewerbs haben wir in Nr. 8 eine sehr deutliche und dekorative Ziffer, die von der unpersönlichen schmissigen Banalität der Schaufensterlackschrift der meisten Entwürfe weit entfernt ist, selbst die steife,

sparsame „5“ Hadanks (Nr. 13 desselben Bildes) zieht das Auge mehr an, als die Rundschrift-Zehnen von Nr. 17. Bei einigen der erwähnten Entwürfe sind die Ziffern nur Lückenbüßer oder Eckenstopfer. Ganz rätselhaft war im letzten Wettbewerb dieses gedankenlose Hinkegeln der Ziffern. So sehr schien man das Ausstopfen der vier Ecken mit den Ziffern für nötig zu halten, daß einer seine vierte „15“, weil er in eine Ecke höchst unvermittelt die Währung einsetzte, unbekümmert ins Mittelstück klemmte. Das beweist, wie nötig es ist, daß wir uns auf gewisse Mindestforderungen einigen. An sich ist die Häufung der Wertziffer eine Schwäche, da eine Angabe bei dem kleinen Bilde durch ausgenügt, um den Zweck, die Erkennung des Wertes, zu erreichen. Ein wenig gerechtfertigt wird sie durch ein Ausgleichsverlangen des Auges und unseren Hang zur Symmetrie. Sehr gut wirken die Zifferndoppelposten bei breitlagernden Marken, besonders bei den Werten der „U. S. A.“, deren kräftige Ziffernkörper aus kleinen dunklen Schilden hervorleuchten. (Bild 4, 4 und Bild 8, 2 und 3.) Dieses Herausheben der Ziffer ist hier ein Vorzug, während wir den gleichen Vorgang in den österreichischen Werten als eine Minderung der Marken beurteilten. Denn hier entsteht ein großer toter Raum in dem für den Gesamteindruck entscheidenden Hauptteil, während dort die verhältnismäßig zurückgedrängten Ziffern ohne wesentlichen Aufwand zur besten Geltung kommen; eine vollkommene Lösung werden wir aber in den auf nur eine Wertangabe zurückgeführten Marken sehen, wie sie Junk in seinen Heller- und Kronenmarken gibt (Bild 3, 8–10). In Bild 5 haben wir auch ziffernlose Marken, an deren Stelle Schriftzahlen treten (1, 2, 8, 13, 14). So sehr besonders die amerikanischen Vorbilder ein ruhiges Einschmiegen der Schrift in das Markenbild bedeuten, so werden Deutlichkeit, schnelle Auffindbarkeit und das eigentümlich Belebende des Ziffernbildes für ihre Beibehaltung sprechen.

Damit wären wir bei der Schrift angelangt, deren Behandlung kürzer gefaßt werden kann, da sich nun schon leichter die gleichen Voraussetzungen für Gut oder Böse herauschälen. Die Verarbeitung der Schrift zum Ornament, wie sie Moser versuchte (Bild 6), mag lediglich als Beispiel dienen, wie ein tieferes Versenken in eine Aufgabe zu einem ganz anderen Ergebnis führt, als das mühelose Wenden der abgegriffenen ersten Einfälle. Wir sehen hier übrigens, wie eine unzweifelhafte Schwäche, die verminderte Lesbarkeit, durch ein eigentümliches, wirkungsvolles Gesamtbild ausgeglichen werden kann. Die Schriften der sonst wegen ihres ausgeglichenen Gesamtbildes und ihrer Farbenwahl sehr gelobten bayrischen Kopfmarken (Bild 5, 19–23) sind nicht unangreifbar, weil sie steif und etwas körperlos sind. Allerdings verlangt der