

TYPOGRAPHISCHE MITTEILUNGEN

NOVEMBER 1921

ZEITSCHRIFT
DES BILDUNGSVERBANDES
DER DEUTSCHEN
BUCHDRUCKER

ELFTES HEFT

DIE NEUEN DEUTSCHEN BRIEFMARKEN

Ihre Vorgeschichte ist kurz: Gegen Ende 1919 veranstaltete der Reichspostminister Giesberts zwei Wettbewerbe zur Erlangung guter Briefmarkenentwürfe. Das Ergebnis von mehr als 4000 Entwürfen war der Menge nach befriedigend, enttäuschte aber in bezug auf Güte, denn die größere Zahl der Teilnehmer war der Aufgabe von vornherein nicht gewachsen, und der guten leistungsfähigen Künstlerchaft fehlte die Einstellung für den besondern Zweck der Briefmarke. Unter den zuerkannten Preisen war zwar manches gute Blatt, doch die ersehnte überragende Lösung, die ideale deutsche Marke, das Symbol des umgestalteten Deutschland, wurde vergeblich gesucht. Dies war wohl mit ein Grund dafür, daß das Preisgericht dem Reichspostminister eine Anzahl der besten Entwürfe zu gleichzeitiger Ausgabe empfahl. Dem Vorschlage wurde Rechnung getragen und die Ausführung sofort ins Werk gesetzt. Die Vollendung währte allerdings etwas länger als vorauszu- sehen war, weil den wiederholten Porto- und Wertveränderungen die Anfertigung der zahlreichen Urstempel und Druckformen nicht zu folgen vermochte. Erst nachdem Ende 1920 der Weltpostkongreß in Madrid die Farben und Werte für den Weltverkehr und der Deutsche Reichstag im März 1921 die neuen Postgebühren festgesetzt hatten, konnte mit der Ausgabe der nun fertig vorliegenden Markenreihe begonnen werden.

Den Anfang machen die im beschränkten Wettbewerb mit dem ersten Preise bedachten Ziffernmarken von Willi Geiger in München. Es sind die Werte zu 5, 10, 15, 25, 30, 40 und 50 Pfennig. Klare, kräftige Ziffern von eleganter, nicht immer traditioneller Form auf dunklem, durch eine zarte Weißguilliche belebten Hintergrund, ohne Beiwerk und frei von jeder Symbolik, sollen und wollen sie nichts andres sein als ein Gebrauchsgegenstand, dessen erste Aufgabe es ist, seinem Zweck zu dienen. Daß diese Marken nebenbei auch schön und eigenartig sind, ist ihr Vorzug, der ihnen die Palme des Sieges brachte. Die absichtlich leuchtend gewählten Farben sind Rotlila für den 5-Pf., Grünoliv für den 10-Pf., Grünblau für den 15-Pf., Rotbraun für den 25-Pf., Grün für den 30-Pf., Dunkelorange für den 40-Pf. und Lila für den 50-Pf.-Wert. Im Gebrauch wirken diese anspruchslosen farbigen Blättchen in ihrer einfachen Sauberkeit so freundlich, daß man sie mit Fug und Recht als Zierde jedes Poststückes bezeichnen kann.

Für die Portofläche von 60, 80, 100, 120, 150 und 160 Pfennig sind die Entwürfe des Münchner Malers Paul Neu zur Ausführung gekommen; sie stellen Bergleute, Schmiede und Erntearbeiter dar. Künstlerisch wie technisch ist es ein Wagnis, auf dem winzig kleinen Raum einer Briefmarke Monumental-

werke [chaffen zu wollen, deren Ausmaße das Hundertfache an Raum zur Darstellung verlangen. In diesem Punkte stehen die Neuschen im Gegensatz zu den Geiger'schen Marken, und das Urteil der Jury, demzufolge der Bergarbeitermarke ein zweiter Preis zufiel, soll durchaus nicht einstimmig gewesen sein. Und dennoch wird das Volk seine Freude daran haben! Zum erstenmal in Deutschland wird auf dem staatlichen Postwertzeichen dem werktätigen Schaffen ein Denkmal von unvergänglicher Werte errichtet, zum erstenmal dem Adel der Arbeit gehuldigt. So karg die bildliche Darstellung auf dem engbegrenzten Raume auch ist, so erlösend wirkt der Gedanke von der schöpferischen Wirklichkeit, von der Kraft eines Volkes, das durch Arbeit — und nur durch Arbeit — siegen will über Lüge und Brutalität. Kein Cäsarenkopf, kein Theaterbild, kein Werk von kunstreicher Hand vermag bei dem Beschauer edlere Empfindungen auszulösen, als die felsen-spaltende Picke des Bergmanns, der wuchtige Hammer des Schmiedes oder die felsen[schwingende Kraftgestalt des Landarbeiters. Das Hohelied der Arbeit klingt in vollen Tönen.

Bei der Auswahl der Druckfarben wurde Rücksicht genommen auf den Inhalt der Darstellung: Die um den Amboss gruppierten Schmiede stehen beim 60-Pf.-Wert in warmem Rotviolett, beim 80-Pf.-Wert (der Auslandsbriefmarke) gar in leuchtendem Rot; das Bild der Bergarbeiter zeigt ein gedämpftes Grün für den 100-Pf.- und ein Nachtblau für den 120-Pf.-Wert; rotorange umfließt morgenheller Schein den Mäher auf dem Werte zu 150 Pf., blaugraue sinkende Nacht auf jenem zu 160 Pf. Die volle Farbenfläche des Hintergrundes erzwingt bei allen sechs Markenbildern dieser Reihe ausgesprochen starke Wirkungen, was den Bildern und ihrer deutlichen Unterscheidung im Verkehr nur zum Vorteil gereicht.

Die Werte zu 2, 3 und 4 Mark sind nach einem Entwurf von Willi Szesztokat in Köln nach den Grundätzen einfacher Wertpapiertechnik in zweifarbigem Buchdruck ausgeführt; die Farbenpaare sind violett-rotorange, rot-gelb und blaugrün-grün. Posthorn und Schriftband geben diesem Markenbilde ein stempelartiges Aussehen und erinnern so an alte Vorbilder, ohne deren Schönheit zu erreichen.

Die drei höchsten Werte zu 5, 10 und 20 Mark wurden im alten großen Querformat in Kupferdruck ausgeführt. Hermann Haas in München schuf die an gute Banknoten alter Art gemahnende und doch zeitgemäß empfundene orangefarbige Marke zu 5 Mark, aus der durch Wertänderung die karminrote Zehnermarke entstand. Beide Marken sind in Linienkupferstich, einer