

Bedingungen. Das alles sind Gebote, denen sich die künstlerische Einstellung unserer Zeit gern unterordnen wird. Aber nun hieß es, nach einer bestimmten Richtung die Problemstellung noch schärfer zu formulieren.

Die Briefmarke kann niemals ein Druckwerk sein, das sich an den einzelnen Betrachter wendet, das darum den Reiz der Intimität als Ziel setzt und gern einen persönlichen Künstlerwillen zum Ausdruck kommen läßt. Sie ist für ungezählte Vielfältigungen bestimmt, ein Element des öffentlichen Verkehrs, wendet sich an die verschiedenartigsten Volkskreise und ist somit ohne Zweifel auf eine möglichst unpersönliche Haltung angewiesen. Man wird daher unbedingt darauf zu achten haben, daß sie dem unvorbereiteten Auge nicht besondere Schwierigkeiten macht. Das ist in einer Zeit, wo zwischen Kunst und Volk, wie wir schmerzlich feststellen müssen, erhebliche Abgründe aufklaffen, keine Kleinigkeit. Aber die Hindernisse, die hier lauern, werden dadurch wieder behoben, daß die moderne deutsche Graphik, zum Teil durch die erneuerte Liebe zum Holzschnitt, auch für die Gedanken einer aus neuem Geiste erwachsenen volksmäßigen Stilisierung Interesse gewonnen hat. Die Briefmarke kann ein willkommenes Instrument sein, künstlerischen Geist in weite Schichten zu tragen; doch sie wird diesen Beruf leicht verfehlen, wenn sie als aufdringliche Erzieherin auftritt und zu den Millionen in einer Sprache redet, zu deren Wortformen ihnen zunächst die Brücke fehlt.

Aus solchen Erwägungen fand man die Linie des einzuschlagenden Weges. Seit dem Jahre 1849, da die preußische Postverwaltung die erste Briefmarke zu schaffen hatte, haben sich die Zeiten sehr geändert. Damals hatte der »Fabriken-Kommissionsrat« Wedding, dem man die Sache übertrug, es leicht. Noch bestanden jene Klüfte und Abgründe nicht, und wenn Wedding dem erfahrenen Kupferstecher Friedrich Eduard Eichens, der sich in seinen Entwürfen für Staatspapiere und Banknoten erprobt hatte, die Aufgabe anvertraute, so konnte er ziemlich sicher sein, daß ein Ergebnis zutage kommen würde, das sowohl den Forderungen des Künstlerischen wie denen der Allgemeinheit entsprach. Heute macht dies alles mehr Kopfzerbrechen. Um so erfreuter dürfen wir sein, daß die zuständigen Amtsstellen sich zu erfolgversprechenden, ja zu den einzig möglichen Prinzipien durchgearbeitet haben.

Die heutige Anschauung wird bei der Briefmarke, wie bei jeder Arbeit der Gebrauchsgraphik, eben

weil es sich um ein Gebilde von symbolhaftem Charakter handelt, von jeder realistischen Wirkung absehen. Wir schätzen die alten Marken der ersten Zeit mit ihren Porträtköpfen, aber diese Regentenbildnisse, wiewohl sie in gewissem Sinne, in Anlehnung an die Medaille, nach dem Gefühl ihrer Zeit schon eine Stilisierung aufwiesen, erscheinen unserem geschärften Auge doch zu wirklichkeitsnah — abgesehen davon, daß wir diese Vermischung von Medaillenstil und Briefmarkenstil, also von Plastischem und Graphischem, als etwas Störendes empfinden, als einen Verlegenheitsausweg, der strengster Prüfung nicht standhält.

Die Anlehnung an den Münzen- und Medaillenstil hatte vor zwei Menschenaltern übrigens noch einen besonderen praktischen Grund. Man war der Ansicht, daß ein Porträtkopf den Fälschern ihre Arbeit besonders erschweren müsse. Noch 1919 wies der Direktor der Reichsdruckerei, F. Helmberger, in den Leitsätzen, die er vor dem erwähnten großen Wettbewerb veröffentlichte, auf diesen Vorteil des Bildniskopfes hin. Eine weitere Sicherung gegen Fälschung sollte das durchgearbeitete Flächenornament bilden, wobei man sich an die Guillochemanier hielt. Heute indessen haben die Weisen der Reichsdruckerei offenbar andere Möglichkeiten gefunden, sich vor unbefugten Nachahmungen zu schützen: sie hätten sonst niemals der gegenwärtig im Gebrauch befindlichen Briefmarke von Siegmund von Weech ihre Zustimmung gegeben, die dem Laienauge wohl als leicht nachzuahmen erscheint, bei der der Expert dieser Geheimwissenschaft aber sicherlich bestimmte Merkmale zur Unterscheidung von Echt und Unecht kennt. So fiel also ein Hauptgrund fort, der die für das Briefmarkenwesen Verantwortlichen früher stets zu realistischen Anlehnungen zwang.

Weechs »Adlermarke« war ein Treffer. Welcher Weg mußte zurückgelegt, welche Umwege mußten gemacht werden, um zu diesem klaren, einfachen Ausdruck des deutschen Wappensymbols zu gelangen. Es dauerte geraume Zeit, bis sich nach der Staatsumwälzung die unerläßliche Metamorphose des Reichstiers vollzog, das sein früheres monarchistisches Gepräge und sein »herausforderndes Wesen« ablegen, aber doch seine Kraft und seinen Stolz behalten sollte. Der Wettbewerb von 1920 brachte eine Fülle von Vorschlägen, die mit dem Adler operierten, aber keiner befriedigte. Auch Siegmund von Weech selbst hatte damals einen Entwurf eingesandt, der zwar schön geschlossen auftrat, bei dem jedoch der in ein Oval über die Wertzahl gesetzte Adler durch sein unruhiges