

lassen sich ohne weiteres in die graphische Sprache zwingen, die bei der Briefmarke gefordert werden muß, und die auf ein Mindestmaß von Linien reduzierte Wiedergabe ihrer charakteristischen Erscheinung wirkt außerordentlich reizvoll für das Auge. Bei einem Vergleich leuchtet sofort ein, daß hier die strengste, an alte Kupferstiche erinnernde Fassung sich am meisten empfiehlt. Romantische Stimmung will sich nur gewaltsam eingliedern, man merkt es besonders deutlich bei dem Entwurf dieser Manier, der noch am besten geriet: bei der Marke mit dem Erfurter Dom. Dagegen scheinen die Vorschläge, die Hadank mit dem Braunschweiger Löwen, A. Mahlau mit dem Lübecker Rathaus, Ernst Aufseeser mit dem Rathaus zu Münster, Richard Herre mit der Münchener Frauenkirche oder dem Augsburger Rathaus gemacht haben, unbedingt

auf einen gangbaren Weg zu weisen. Stellt man sich, nach erneuter Durchdenkung des Problems, eine einheitliche Serie solcher Marken vor, so taucht vor unserem Blick ein gar würdiger Reigen auf. In einer Darstellungsform, die ganz aus dem Wesen der Briefmarke als eines graphischen Kleinkunstwerks erwuchs, könnte sich hier im Laufe der Zeit ein Miniatur-Bilderatlas der edelsten baulichen Symbole Deutschlands ergeben. Die leise Gefühlsregung, die sich der Freude daran beimischen würde, mag ruhig hingehen. Man glaubt vorausszusehen, wie sich der Sammeleifer, der Erwachsenen wie der Kinder, daran entzündet, wie die Zierlichkeit der feinen Bildchen etwas von dem heimlichen Zauber wiederaufleben läßt, von dem einst die schönen und begehrten Stücke der ersten Briefmarkenzeit umschwebt waren.



F. H. EHMCKE / MÜNCHEN

DIE BRIEFMARKE DER DEUTSCHEN GEWERBESCHAU
MÜNCHEN 1922