

Die Schwierigkeit der Farbwahl: die doppelte Farbänderung der 15-Pf.-Germania im Mai 1917 und im Oktober 1919 (I)

Bernd Klemm

Die Änderung der Farbe einer Briefmarke auf Grund öffentlicher Proteste, wie sie bei der Ablösung der Michel-Nr. (Mi) 100 durch die 101 im Mai 1917 erfolgte, ist ein einmaliger Vorgang in der Inflationsphilatelie, der noch dadurch interessanter wird, als die Reichspost auch mit der neuen Farbwahl blauviolett¹, in der die Mi 101 im Mai 1917 ausgegeben wurde, nicht zufrieden war, so dass diese Marke ihrerseits nach zweieinhalb Jahren Ende 1919 durch eine braunviolette 15-Pf.-Marke ersetzt wurde. Wie kam es zu diesem doppelten Farbwechsel?

Die 15 Pf.-Marke 1916 – 1920: Michel-Nr. 100, 101 und 142 mit Farbnuancen



Der vorliegende Aufsatz wertet die im Bundesarchiv in Berlin vorhandenen Akten des Reichspostamts aus den Jahren 1916 bis 1921 aus und zeichnet die Entscheidungsfindungen und Motive der Akteure nach. Der Aufsatz gliedert sich in drei Teile. Teil 1 enthält eine Darstellung der Farbdiskussion im Reichspostamt 1916 im Vorfeld der Herausgabe der „Ersten Kriegszuschlagsausgabe“ sowie der Entscheidung für eine braune 15-Pfennig-Marke. Teil 2 zeichnet in enger Anlehnung an die Akten die öffentliche Kritik an der Farbgebung dieser Marke nach und beschreibt die Entscheidung für die Farbänderung. In Teil 3 wird die Geschichte der Mi 142 beschrieben. Auf eine Darstellung der Gründe, die im Oktober 1919 zur zweiten Farbänderung führten, folgt eine Beschreibung der Geschichte dieser Marke, die seit vielen Jahrzehnten leider unter einer falschen Katalognummer geführt wird und mit den Germaniamarken in geänderten Farben Mi 140 ff. nichts zu tun hat.

1 Die Farbdiskussion im Kontext der Portoerhöhung vom Herbst 1916

1.1 Das „System“ der deutschen Briefmarken im Kaiserreich

Die Briefmarken“politik“ in der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg unterschied sich signifikant von der späteren Zeiten. Sie war hochgradig funktional, obrigkeitsstaatlich und statisch-konservativ. Briefmarken waren nationale Symbole. Entsprechend diesem Verständnis gab es seit 1900 nur eine Dauerserie, bei der alle Marken dieselbe Darstellung aufwiesen: eine siegreiche, wehrhafte Germania mit Kaiserkrone, mit der die jahrtausendealte Geschichte und die Identität des deutschen Volkes und Reiches repräsentiert werden sollten. Die letzte Änderung an der Germania-Dauerserie lag 1916 vierzehn Jahre zurück. Im April 1902 war die Beschriftung der Reichsmarken von „Reichspost“ auf „Deutsches Reich“ geändert worden, da das Königreich Württemberg unter Verzicht auf eigene Freimarken die Reichspost-Briefmarken übernommen hatte. Als letztes hatte man der Dauerserie 1911 einen 60-Pf.-Wert hinzugefügt. Aus Sicht des Reichspostamts hätte diese Dauerserie noch weitere 20 oder 50 Jahre unverändert fortbestehen können.

Die Portosätze im Deutschen Reich waren seit 40 Jahren unverändert: eine Inlands-Drucksache bis 50 g kostete 3 Pfennig, eine Fernpostkarte und ein Ortsbrief 5 Pfennig und ein Fernbrief bis 20 Gramm 10 Pfennig, die entsprechenden Auslandssätze betragen 5, 10 und 20 Pfennig. Mit jeweils einer 3-, 5-, 10- und 20-Pf.-Marke waren 23 der 30 Inlands-Portosätze darzustellen. Pro Wertstufe

¹ Die von mir im Folgenden genannten Farbbezeichnungen sind die offiziellen Farbbezeichnungen des Reichspostamts. Sie unterscheiden sich von den heutigen Farbbezeichnungen.

gab es genau eine Marke. Die zehn Marken im Wert von 3 bis 90 Pfennig², die die Reichspost herausgab, waren in zwei Gruppen unterteilt: die eigentlichen Massenmarken - im Wert von 3-, 5-, 10-, 20-Pfennig, von denen 1913 ca. 4,5 Milliarden Stück verkauft wurden³, waren einfarbig. Ebenfalls einfarbig war die 60-Pf-Marke, die jedoch eine äußerst geringe Auflage hatte. Den fünf einfarbigen Marken standen fünf höherwertige zweifarbige Marken zu 25-, 30-, 40-, 50- und 80-Pfennig gegenüber, die in einem aufwendigeren Zweifarbindruckverfahren hergestellt wurden und bei Briefsendungen mit Zusatzleistungen, Wertbriefen, Paketen etc. Verwendung fanden. Von diesen Marken wurden 1913 305 Millionen Stück verkauft, sie machten also nur knapp 7 % der vier einfarbigen Marken aus.

Ein weiteres Charakteristikum der deutschen Briefmarken war ihre farbliche Normierung. Schon 1861 hatte die preußische Postverwaltung bei den Mitgliedern des Deutsch-österreichischen Postvereins ein solches System angeregt, das in den neunziger Jahren unter den Mitgliedern des Weltpostvereins zunehmend Anhänger gewann und auf dem V. Weltkongress von 1897 offiziell verabschiedet wurde.⁴ Um die Portokontrolle an der Grenze zu erleichtern, wurde ein Farbschema für die drei wichtigsten Auslands-Versendungsarten vereinbart: grüne Marken für Drucksachen der ersten Gewichtsstufe, rote Marken für Postkarten und blaue für Briefe bis 20 g. Die dazugehörigen Portowerte im Deutschen Reich waren 5, 10 und 20 Pf. Das Deutsche Reich führte die Weltpostfarben bereits 1889 ein – zehn Jahre vor der Schweiz und den USA. Bei den Farben rot und blau bestand kein Handlungsbedarf, da die deutschen 10- und 20-Pf.-Marken in der Tradition der preußischen bereits seit 1875 in diesen Farben gedruckt wurden.⁵ Es musste nur noch die Farbe der 5-Pf.-Marke von violett auf grün und die der 3-Pf.-Marke von grün auf braun geändert werden. Seitdem waren die einfarbigen Massen-Briefmarken im Deutschen Reich farblich wie folgt genormt: 3 Pf. braun, 5 Pf. grün, 10 Pf. rot, 20 Pf. blau.

Die einfarbigen Germaniamarken Mi 84 – 87 und 92



Die farbliche Normierung galt auch im Inland. Zwar waren die Inlandsportosätze niedriger als die Auslandsportosätze, aber sie beruhten auf denselben Wertstufen: so entsprach das Auslandsporto für Drucksachen – 5 Pf. – dem Inlandsporto für Postkarten und Ortsbriefe und das Auslands-Porto für Postkarten – 10 Pf. – entsprach dem Inlandsporto für Briefe bis 20 g.

Inlands- und Auslandsporto und die Weltpostfarben

Porto in Pf.	Inlandsporto	Auslandsporto
20	Brief über 20g	Brief bis 20 g
10	Brief	<i>Postkarte</i>
5	<i>Fern-Postkarte</i> und Ortsbrief	Drucksache
3	Drucksache	

² Darüber hinaus gab es vier Kupferdruckmarken im Wert von 1, 2, 3, 5 Mark, die nur für Paketsendungen und Wertbriefe nutzbar waren sowie die seit 1912 hrsg. Flugpostmarken für den beginnenden Flugpostverkehr.

³ Zahlen nach Statistik der Reichs-Post- und Telegraphenverwaltung für das Geschäftsjahr 1913, Berlin 1914. Von der 60-Pf.-Marke wurden 1913 16,5 Millionen Stück verkauft.

⁴ Reinhard Stutz: Die Weltpostvereinsfarben: <https://www.post-und-geschichte.ch> → UPU; von Reitzenstein: Die Weltpostfarben und die dt. Postwertzeichen, in: Deutsche Zeitung für Briefmarkenkunde 35. Jg. (1960), Nr. 2, S. 107-109.

⁵ Kohl-Briefmarken-Handbuch. Nachdruck der 11. Auflage, Frankfurt am Main 1954, S. 61.

Den kompletten Beitrag lesen Sie in

Infla-Berichte 273

Sie können einzelne Hefte
zum Preis von 5 Euro (4 Euro für Mitglieder)
unter

INFLA-Berlin Verlags GmbH - Literaturversand
Wilhelm Keppler
Maybachstr. 17
71735 Eberdingen

Wilhelm.Keppler@web.de

bestellen.