

Infla-Berichte

Mitteilungen für die Mitglieder des Infla-Berlin E.V.
in der GDS.

Nr. 30

August 1944

Die Bewertung der Briefmarken unter Berücksichtigung ihrer Erhaltung.

Wir wissen alle, daß das Aussehen und die Erhaltung der Marke einen wesentlichen Einfluß hat und berücksichtigen das beim Erwerb und Tausch, allerdings rein gefühlsmäßig und jeder nach seinem Geschmack. Das wird auch dann so bleiben, wenn eine Qualitätstabelle vorliegt, die die Abwertung durch Fehler, Mängel usw. in Zahlen faßt. Aber solch eine Tabelle ist nötig, einerseits für die Sammler, die noch nicht genügend Erfahrung haben und im Dunkeln tappen, andererseits auch für die Fortgeschrittenen, um die persönliche Meinung an Hand der Tabelle zu überprüfen. Weiter ist eine allgemeine Festlegung wünschenswert, um Überspitzungen in den Ansprüchen an die Erhaltung entgegenzutreten. Es ist schon oft Klage darüber geführt worden, daß die Ansprüche der Sammler übersteigert worden sind und daß gerade hier eine Kleinlichkeit hervortritt, die das Sammeln bei Außenstehenden lächerlich zu machen geeignet ist.

Im Auftrag des Reichssammlerwerts ist unter Leitung des Kam. Stoebe ein Ausschuß im Infla eingesetzt worden, der eine Qualitätstabelle erarbeiten soll. Solche Tabellen sind im Laufe der Zeit schon mehrfach aufgestellt worden; sie haben sich aber nicht durchgesetzt, weil sie nicht zweckmäßig — insbesondere zu kompliziert — waren und weil es keine Stelle gab, die solche Tabellen als verbindlich einführen konnte. Da jetzt die Deutsche Sammlerschaft geschlossen in der GDS. steht, sind die Aussichten für eine praktische Verwirklichung und Einführung gut. Durch Fühlungnahme der GDS. mit der Fachabteilung und Verständigung wäre dann eine endgültige Festlegung für die gesamte deutsche Philatelie möglich.

Was ist bei der Tabelle allgemein zu berücksichtigen? Die Tabelle hat von vornherein im Interesse der Allgemeinheit eine Überspitzung der Ansprüche zu vermeiden. Sie muß natürlich die

gegebenen und gewordenen Verhältnisse berücksichtigen, soll sich aber notfalls über eingewurzelte lebensfremde Momente hinwegsetzen. Weiter darf die Tabelle nicht kompliziert sein, denn sie soll ja zu einem festen Besitz des Sammlers werden, d. h. sich bei ihm einprägen, ohne daß er sie jedesmal zur Hand nehmen müßte. Zur Vermeidung der Kompliziertheit scheint auch nötig, die werterhöhenden Momente herauszulassen, sie vielleicht in Anmerkungen festzulegen. Bei unserer Aussprache handelt es sich deshalb vorläufig nur um die Frage: Wie wird der Wert einer Marke durch Fehler usw. herabgesetzt? Was nachfolgend zu dieser Frage gesagt, ist eine persönliche Meinungsäußerung, die dazu dienen soll, den Vereinskameraden alle die einzelnen Fragen nahezubringen und sie zu ihrer Stellungnahme dazu zu veranlassen.

Der Gummi. Allgemeines zu dieser Frage: Dem Gummi sollte man keine ausschlaggebende Bedeutung bei der Bewertung beilegen, denn es wird durch ihn weder der ästhetische Eindruck erhöht oder vermindert, noch schließt er eine besondere Kennzeichnung der Marke — von Ausnahmen abgesehen — in sich. Aus Gründen der Lebensdauer der Marke könnte man der Entfernung des Gummis das Wort reden, in Einzelfällen muß man es sogar. Und dann ist zu berücksichtigen, daß gerade durch den jetzigen Krieg Schäden an der Gummierung in hohem Maße eingetreten sind und man deshalb ein Zugeständnis sowohl an das Volksvermögen wie an die betroffenen Sammlerkameraden machen müßte.

Im Besonderen: Bezüglich der Erhaltung des Gummis würde ich für folgende Abstufung sein: 1. postfrisch (voller Gummi); 2. Durchschnittsstück (voller Gummi, aber mit Falz); 3. Teilgummi (Gummi bis zur Hälfte erhalten); 4. Gummirest (Gummi weniger als die Hälfte erhalten); 5. Nachgummiert; 6. ohne Gummi. Diese Gruppen würde ich in folgende Bewertungsgruppen einrangieren: A. Postfrisch und Durchschnittsstück vollwertig (100%); B. Teilgummi 80%; C. Gummirest 70%; D. Nachgummiert und ohne Gummi 60%. Vom Standpunkt des Sammlers ist ein Unterschied zwischen postfrisch und mit Falz nicht zu rechtfertigen. Die Aufbewahrung geschieht immer noch am schönsten und zweckmäßigsten im Album, wozu man ein Befestigungsmittel benötigt. Der Händler hat seine ungebrauchten Marken meist in Einsteckbüchern oder bewahrt sie in Bogen oder Bogen teilen auf. Daraus ergibt sich eine verschiedenartige Einstellung in dieser Frage.

Es gibt bei dieser Gummierungsfrage noch eine Menge Ausnahmefälle zu regeln, so daß eine Tabelle immer nur allgemein verstanden sein kann.

Ein Vereinskamerad aus Pfullingen spricht sich zu dieser Frage so aus: „Wenn ich eine Marke ungebraucht sammle, ist sie mir ohne Gummi lieber, sie ist billiger, weniger empfindlich, rollt sich nicht, verklebt nicht und ist deshalb viel haltbarer. Aber ich weiß, daß man auch anderer Meinung sein kann und lasse dies auch gelten.“

Und Dr. Pirl meldet sich dazu: „Sehr richtig! Einzig und allein richtig für alle alten Marken, für die ich aus meiner jahrzehntelangen Praxis die fest umrissene Meinung habe, daß der Gummi für die Bewertung einer Marke als bedeutungslos ausschalten muß, bei vielen Marken muß er sogar entfernt werden, wenn nicht mit dem Verlust der Marke gespielt werden soll.“

Die Zähnung. Man ist versucht zu sagen: ein unangenehmes, übles Kapitel. Denn wenn sich irgendwo Kleinlichkeit breit macht, dann bei der Zähnung. Fehler in der Zähnung werden vom Sammler mit größter Sorgfalt aufgesucht, notfalls mit der Lupe, und schon ein kurzer Zahn, der überhaupt nicht in Erscheinung tritt, wird als Grund genommen, die Marke abzulehnen. Kleinlichkeitskrämerei in Hochkultur! Hören wir zu diesem Thema wieder die Meinung unseres Pfullinger Kameraden: „Die Frage der Zahnbewertung ist außergewöhnlich schwierig. Bei einem außergewöhnlich schönen Mädchen wird man es leichter übersehen, wenn ein Zahn fehlt, als bei einem Durchschnittsgesicht. Geschmack und Neigung werden hier wie dort den Ausschlag geben.“ Bestimmt nett und treffend, aber ob der Zahn der Marke die gleiche Bedeutung hat wie der Zahn für unser Aussehen und unsere Verdauung? Dazu noch eine Äußerung von unserem Schweidnitzer Kameraden: „Ich hatte bei den kürzlich erworbenen Frankreich Napoleon 5 Frcs die Wahl zwischen einem Stück, welches bildmäßig schön und gut gestempelt war, dem aber ein großer Eckzahn fehlte, abgesehen von dem traditionellen Fenster — und einem Stück, das in der Zähnung fehlerfrei, aber arg verstempelt und altersfleckig war. Ich habe mich für das albumschönere erstere entschlossen.“ Zweifellos wird hiermit eine Grundlage der Bewertung berührt: der Allgemeineindruck der Marke. Und die Frage: Inwiefern beeinflußt der Fehler den Gesamteindruck, wird sowohl bei Zähnungsfehlern wie bei Abstempelungen, der Farbe usw. eine ausschlaggebende Rolle spielen. Um aber für unsere

Tabelle zu einem Ergebnis zu kommen: Als vernünftige Grundlage würde mir diese Regelung vorschweben: Für jeden fehlenden Zahn ein Abschlag von 10%, für jeden kurzen die Hälfte. Für Durchstich gilt sinngemäß das gleiche.

Der Rand bei ungezähnten Marken. Legen wir erstmal fest, daß ein Durchschnittsstücke keine Berührung oder keinen Anchnitt des Markenbildes hat. Die mehr oder weniger große Breite soll in das Gebiet der werterhöhenden Momente verlegt werden — wohlgemerkt, meine persönliche Meinung. Eine Wertminderung tritt ein, wenn das Markenbild (oder die Einfassung, wenn man hier eine Unterteilung eintreten lassen will) berührt oder angeschnitten ist. Eine Berührung kostet die Marke je 10%, ein Anchnitt je 20% und ein „Ab“schnitt 50% mindestens. Das klingt ein bißchen grob hingehauen, aber wir wollen ja kein Lehrbuch verfassen, in dem alles bis aufs kleinste ausgetüftelt ist — abseits von der Praxis —, sondern wir wollen den 'Sammlern' etwas Festes in die Hand geben, womit er tatsächlich etwas anfangen kann.

Der Stempel. Der Stempel setzt den Wert einer Marke herab, wenn er unschön ist, also verschmiert, zu stark, ölig, ungleichmäßig oder unklar ist. Der Wert einer Marke kann herabgesetzt werden, wenn der Stempel nichtssagend ist, also unleserlich, unbestimmbar, unvollständig. Das ist in erster Linie bei Spezialgebieten der Fall, wie Inflation, Kolonien. Für eine allgemeine Eingruppierung werden diese Momente kaum verwendet werden können. Die Eingruppierung geschieht also nach dem Grade der Beeinträchtigung des Schönheitsgefühls oder des Gesamteindrucks. Ich würde das in folgende Gruppen fassen:

1. Ohne Beeinträchtigung des Gesamteindrucks: 100%
2. Ohne wesentliche Beeinträchtigung d. Gesamteindr.: 80%
Stempel stark — wenig verschmiert — unklar — ungleichmäßig
3. Beeinträchtigung des Gesamteindrucks: 60%
stärker — verschmiert — ölig
4. Starke Beeinträchtigung des Gesamteindrucks: 30%
Markenbild kaum erkennbar — stark verschmiert oder verschmutzt — sehr ölig und durchschlagend.

„Gesamteindruck“ oder „Schönheitssinn“ sind Kautschukbegriffe, die absolut klar nicht zu fassen sind, aber trotzdem glaube ich, daß vorstehende Einteilung eine Beurteilung möglich macht. Das könnte man mal ausprobieren, indem man Marken

mit solchen Schönheitsfehlern bei einer Reihe von Sammlern zirkulieren und beurteilen läßt.

Risse. Bei Rissen haben wir es mit sichtbaren und feststehenden Tatsachen zu tun, es kommt lediglich auf ihre Größe und evtl. auf ihre Lage an. Messen wir also diesen Fehler mal mit der Elle und sagen: Jedes Millimeter Riß entwertet die Marke um 10%. Das ist verständlich und leicht zu merken. Als Risse gelten auch Einkerbungen.

Dünne Stellen und Löcher. Dünne Stellen sind ein Übel, das bei viel mehr Marken vorkommt als man annimmt, und ihre Zahl nimmt natürlich ständig zu. Meistens sind sie weder von vorn noch von der Rückseite zu sehen, sondern man muß die Marke gegen das Licht halten und ist bei kleinen dünnen Stellen dann noch oft im Zweifel, ob eine richtige oder scheinbare dünne Stelle vorliegt. Also auch hier nicht unbelehrbar und kleinlich sein. Versuchen wir nun mal eine Bewertung. Dabei können wir wegen der verschiedenen Größe der Marken nicht vom Metermaß, sondern müssen von der Markenfläche ausgehen. Wenn ich senkrecht und waagrecht durch die Marke Mittellinien ziehe und die entstehenden Rechtecke dann noch mal teile, komme ich zu einer Achtelteilung und -fläche. Eine winzige dünne Stelle knöpft der Marke 10% an Wert ab, jedes Achtel auch 10%. Das würde bedeuten, daß, wenn die Marke in ihrer ganzen Fläche dünn ist, sie noch 10% ihres Wertes hätte. Für mich persönlich eine annehmbare Lösung. Wer weiß eine bessere, die aber nicht kompliziert sein darf?

Löcher sind unangenehm und setzen die Marke in ihrem Eindruck stark herab. Als zulässig würde ich noch Löcher in der Größe der Aktenlochung ansehen, in Rücksicht darauf, daß man solche oft auf Postkarten antrifft. Vom Nadelstich 10% Abschlag bis zum Aktenloch 90% Abschlag könnte man Anhalt zu einer sinngemäßen Bewertung haben. Oder soll man nach qmm rechnen, was doch niemand macht?

Knicke und Brüche. Knicke und Brüche treten oft an den Ecken auf und beeinträchtigen dann das Markenbild meist kaum. Gehen sie durch die Marke, so können sie leichter oder schwerer Natur sein, was sich dadurch zeigt, ob sie auf Vorder- und Rückseite zu sehen sind und ob sie das Aussehen der Marken stark beeinträchtigen. Also bei den Knicken: Eckknicke — leichte — schwere (bis zur Zerknitterung) mit Wertabschlag von 10 — 20

— 30/90%. Brüche desgleichen: Eckbrüche — leichte — schwere
— mit 20 — 40 — 50/90%.

Die Farbe. Minderwertig wird eine Marke, wenn ihre Farbe ausgeblaßt oder zersetzt ist. Die Wertminderung richtet sich nach dem Grad dieser Mängel. Als Gruppierung könnte man wählen: wenig verblaßt 80% — blaß 70% — sehr ausgeblaßt 30% — etwas zersetzt 70% — zersetzt 30% — völlig zersetzt 10%. Es gibt ausgeblaßte Marken, die in ihrem Bild kaum noch erkennbar sind, und Marken, die durch Farbzersetzung eine völlig andere Farbe erhalten haben, das sind die untersten Grenzen.

Flecke. Stockflecke, Ölflecke, Tintenflecke und -spritzer verunzieren die Marke. Den Flecken sind beizuordnen Farb- und Tintenstiftstriche u. a. Soweit sie nur rückseitig auftreten, sind sie von geringer Bedeutung, auf der Vorderseite können sie die Marke sehr verunzieren und sie damit im Wert stark herabsetzen. Viele Flecke lassen sich ohne Rückstand entfernen.

Flecke auf der Rückseite: bis 20% Abschlag

Stockflecke jedes Achtel der Marke: 30% Abschlag

Ölflecke: 30% Abschlag

Tintenflecke: wie bei Löchern vom Spritzer bis zur Größe eines Aktenloches: 10—90% Abschlag.

Die vorstehenden Ausführungen sollen, also nun die Anregung zum Durchdenken und zur Meinungsäußerung geben. Sie sind weder feststehend noch irgendwie maßgebend. Kam. Schillmeier-Wien stellte uns eine vollständig ausgearbeitete Tabelle zur Verfügung, die von guter Einsicht in die Verhältnisse zeugt. Im Rahmen der Meinungsäußerungen werden wir später auch auf diese genannte Einsendung zurückkommen.

D. R. Nr. 33 b anilinrot oder eosinrot?

Im Katalog ist die ab Ende 1879 gedruckte Marke 10 Pfennig als anilinrosa bezeichnet. Abgesehen davon, daß man sich unter dieser Bezeichnung nichts vorstellen kann, ist sie auch sachlich unrichtig. Anilin ist ein farbloses Öl, aus dem blaue, violette und schwarze Farbe gewonnen wird. Eosin ist ebenso wie Anilin ein Teerprodukt, aus ihm entwickelt man die rote Farbe. Und diese Farbe ist zum Druck verwendet worden, während ein anilinrot niemals zum Drucken gebraucht wurde. Wir haben deshalb dem Katalog die Berichtigung vorgeschlagen und auch in unserem Briefkatalog die richtige Bezeichnung gewählt. Aber mit einem Begriff kann man nichts anfangen, wenn man nicht weiß, was

eigentlich damit bezeichnet wird. Deshalb zur Praxis: Bei der Marke 33 10 Pfennige kann man drei Farbtöne unterscheiden: karmin — karminrosa — eosinrosa. Letztere ist deshalb bemerkenswert, weil sie aus einem anderen Grundstoff herrührt und deshalb eine ganz andere Zusammensetzung hat. Sie ist deshalb mit Recht im Katalog aufgeführt. Wie kann man seine Marken am besten auf karmin und eosin untersuchen und unterscheiden? Nehmen Sie sich Ihre 10-Pf.-Marken der nächsten Ausgabe, Nr. 41 I vor (mit Stempel bis 1884). Alle diese Marken sind eosinrosa. Damit haben Sie das beste Vergleichsmaterial. Berücksichtigen Sie dann, daß die eosinrote 10 Pfennige erst in der zweiten Hälfte 1879 erscheint, so werden Sie Ihre Marken selbst bestimmen können. Dazu braucht man keine Quarzlampe, die nur in wenigen Zweifelsfällen nötig sein könnte, sie zeigt den Unterschied sehr deutlich. Und wenn Sie mehr Material haben, wird Ihnen auffallen, daß von der 33 b mehr vorhanden ist, als der Katalogpreis von 3.— erwarten läßt. Wahrscheinlich hat der Preismacher über die Farbe selbst nicht Bescheid gewußt und ist deshalb zu einem falschen Preis gekommen. Wenn wir 0.30 einsetzen, treffen wir ungefähr das richtige. In unserem Briefkatalog haben wir den Briefpreis (1.—) richtig angegeben. Da wir aber auch den Katalogpreis für lose gebraucht mit 3.— anführten, ergibt sich die Groteske, daß die lose Marke papierpreismäßig dreimal so teuer ist als auf Brief, was einem Kameraden zu dem Schluß verleitet: ich löse meine Marken vom Brief ab, dann sind sie mehr wert. Was natürlich nicht stimmt, aber vielleicht versucht er es mal, seine Dubletten für 3.— unterzubringen.

Ist es statthaft, den von der Prüfstelle angebrachten Stempel „Falsch“ zu entfernen?

Eine eigenartige Frage, die uns damit vorgelegt wird. Rechtlich gesehen, kann jeder mit seinem Eigentum machen, was er will. Unangenehm wird's aber dann, wenn die Marken aus seinem Besitz herausgehen. Dann muß naturgemäß der Verdacht entstehen: Die Entfernung des Falsch-Signum ist auf unlautere Motive zurückzuführen. Und das kann zu starken Unannehmlichkeiten führen. Aber auch wenn der Sammler die Marke behält und in seine Sammlung einreicht, wird man ihm mindestens den Vorwurf einer nicht sachgemäßen Pflege seiner Sammlung machen müssen. Die Marke ist und bleibt falsch, ob mit oder ohne Signum und gehört deshalb nicht in die Sammlung.

Afrika-Päckchenmarken.

Die Entstehung der Afrika-Päckchenmarken und die Entwicklung auf dem Kriegsschauplatz in Tunis brachte es mit sich, daß über diese interessanten und wohl seltenen Marken noch mancher Zweifel, so über Ausgabe- und Verwendungszeit, Papier usw., zu klären ist. Die einfache Ausführung der Marken und das hierzu verwendete unterschiedliche Papier schließen die Gefahr einer Fälschung nicht aus. Sammlerkamerad Volz, (16) Mainz, Moltkestraße 15, hat deshalb im Auftrage der Kameradschaft von 1885, Mainz, die Erforschung und Registrierung dieser Marken zum Schutze der Sammler übernommen. Ihm steht Vergleichsmaterial zur Verfügung und werden alle Besitzer dieser Marken zur Mitarbeit und Vorlage ihrer Stücke zur unentgeltlichen Prüfung, Signierung und Registrierung aufgerufen. Jede vorgelegte Marke erhält ein Handzeichen und die Nummer der Eintragung. Die Zahl der vorgelegten Stücke wird von Zeit zu Zeit, in ungebraucht und gebraucht getrennt, bekannt gegeben. Angaben über Ausgabetag, Ausgabestelle der Marken und evtl. Auflieferungsort der Sendung bei gebrauchten Stücken sowie alle sonst interessierenden Merkmale sind dringend erwünscht. Zur Rücksendung freigemachten Umschlag nicht vergessen!

Riffelungen bei der Wehrmachtserie.

Nachstehend die Aufstellung von Zumstein über Riffelungen bei der Wehrmachtserie (Berner Briefm.-Ztg. 11/43, S. 158):

	Gummi	glatt	senkr.	waager.
3 Pf.		ja	ja	
4 „			ja	ja
5 „			ja	ja
6 „		ja		
8 „		ja		
12 „		ja		
15 „			ja	ja
20 „			ja	ja
25 „		ja		
30 „		ja		
40 „		ja		
50 „			ja	ja

Also eine recht komplizierte Angelegenheit, die aber anscheinend in der Schweiz Interesse gefunden hat. Ob vollzählig, ob richtig?

Sind Briefumschläge ohne Rückseite minderwertiger als vollständige Umschläge?

Briefvorderseiten sind Briefstücke, in der Bewertung zwischen Briefstück und Brief stehend, da sie eine vollkommene Art der Briefstücke darstellen.

Wer kann helfen?

1. Wie löst man mit Cellophan oder ähnl. Zellglas zusammengeklebte Marken?
2. Kann man Vergilbung oder Hitzebräunung mildern oder ausbleichen?

Geschäftliches.

Das Erscheinen des **Michelkataloges** ist immer wieder zurückgestellt worden. Der zur Zeit genannte Termin ist der August d. J. Die Auflage wird nicht höher sein als bei der vorjährigen Ausgabe. Möglich ist es, daß die GDS. dann noch einen kurzgefaßten Deutschlandkatalog im Rahmen seiner Soldatenbriefe herausbringt, um dem Bedarf einigermaßen zu genügen.

Kauf-Rundsendeverkehr. Die Abteilung des Rundsendeverkehrs, die bisher von Kam. Heinz Göbel, Berlin, geleitet wurde, ist geteilt und mit ihren Gruppen nach auswärts verlegt.

Anschriften der neuen Obmänner:

- Abteilung Infflabriefe; Max Neumann, Wakenburg/Schles., Adolf-Hitler-Aue 37
„ Neudeutsche Briefe: F. A. Louis Göbel, Göttingen, Johannisstr. 7
„ Europamarken (einschl. D. R.) einzeln ungebr., gebraucht und auf Brief: W. Gardy, Homberg/Ndrrhein, Postfach 20.

Die Abteilung Auslands-Neuheiten verbleibt bei Kam. Heinz Göbel, Berlin O 112, Revaler Str. 26.

Da bei dem bisherigen Leiter alle Unterlagen durch Fliegerangriff vernichtet wurden, werden die Vereinskameraden, welche einer der genannten Rundsendeabteilungen als Entnehmer angehören wollen, gebeten, sich erneut als Teilnehmer bei dem betr. neuen Obmann eintragen zu lassen. Einlieferung von Material nur nach vorheriger Rückfrage.

Wir richten eine neue Abteilung des Rundsendeverkehrs ein:
Abteilung: Deutsche Abstempelungen

Leiter: Richard Daniel, Cottbus, Thiemstr. 20.

Die Abteilung befaßt sich mit allen deutschen Abstempelungen mit Ausnahme von Sonderstempeln (für die eine besondere Abteilung: Sondermarken mit Sonderstempeln unter Leitung des Kam. Walter Kunath, Leipzig C 1, Humboldtstr. 2 a, besteht) und Werbestempeln. Einlieferer und Interessenten wenden sich direkt an den Abteilungsleiter. Die Einlieferer machen wir darauf aufmerksam, daß die Stempel sortenmäßig in die Auswahlhefte oder -taschen untergebracht werden sollen, weil der Interessenkreis für die einzelnen Stempelgruppen verschieden ist.

Schutz der Rundsendungen.

- I. Alle in unserem Rundsendeverkehr laufenden Sendungen sind vom Infla versichert, sowohl für den Transportweg wie für die Lagerung bei den Teilnehmern und Rundsendeleitern. Voraussetzung ist, daß die Teilnehmer bei Weitergabe und Aufbewahrung die nötige Sorgfalt walten lassen und sich an die gegebenen Bestimmungen halten.
 - A. Die Weitergabe der Sendungen:
 1. Die Weitergabe von Sendungen bis zum Wert von RM 2000.— geschieht auf dem Postwege durch Einschreiben oder in Paketen mit RM 500.— Wertangabe (unversiegelt).
 2. Die Sendungen müssen spätestens nach 3 Tagen weitergegeben werden.
 3. Die den Rundsendungen beigelegten Karten, die den Durchgang der Sendungen und die bisherigen Entnahmen melden, sind zur Überwachung dringend nötig und deshalb von den betr. Teilnehmern (jedem dritten Adressaten) nach Ankunft der Sendung ausgefüllt abzuschicken.
 4. Bei Verlusten auf dem Postwege muß der letzte Absender eine postamtliche Bescheinigung über den Verlust beibringen. Belege der Post über die Annahme der Sendung sind deshalb unbedingt aufzubewahren.
 - B. Die Lagerung der Sendungen:
 1. Die Sendungen sind für die Lagerung bei den Teilnehmern (siehe auch A 2) gegen Feuer und Einbruch versichert.
 2. Die Sendungen müssen sich unter gutem und sicherem Verschuß befinden.

3. Schäden durch Feuer oder Einbruch sind sofort dem zuständigen Polizeiamt zu melden. Eine amtliche Bescheinigung darüber ist dem Leiter des Rundsendeverkehrs zuzuleiten.
 4. Die Versicherung haftet nur in Höhe bis zum Katalogwert. Es ist daher nötig, daß auf jedem Auswahlheft bzw. jeder Tasche der Gesamtwert verzeichnet ist. Die Marken bzw. Briefe müssen einzeln mit dem Abgabepreis ausgezeichnet sein.
- II. Bei Fliegerschäden haftet das Reich, nicht die Versicherung. Solche Schäden sind dem Bürgermeisteramt zu melden und dem Rundsendeleiter sofort Mitteilung zu machen.
- III. Der Verein ist beim Rundsendeverkehr nur als Vermittler eingeschaltet und übernimmt selbst keine Haftung. Vom Gesamt-Entnahmebetrag werden nur noch 5% zur Deckung von Unkosten einbehalten.

Hermann Schulze
Leiter des Kauf-Rundsendeverkehrs
Berlin W 35, Ludendorffstr. 75, Aufg. III.

Markenverwertung. Die Markenverwertung und -beschaffung wird weitergeführt werden. Wir werden laufend Aufstellungen von Marken, die uns aus dem Mitgliederkreise zur Verwertung übergeben sind, herausbringen und hoffen, damit zum Aufbau der Sammlungen recht viel beitragen zu können. Wer etwas abzugeben hat, wende sich an unsere Verwertungshilfe. Daneben werden wir auch gern Tausch- und Kaufgesuche in unseren „Mitteilungen der Verwertungshilfe“ bekanntgeben, um auch eine direkte Verbindung zwischen den Vereinskameraden zu ermöglichen. Wenden Sie sich in allen diesen Fragen an den Leiter unserer Verwertungshilfe: Adolf Wiegel, Berlin SO 16, Köpenicker Str. 115.

Bombengeschädigte Kameraden, die ihre Sammlung neu aufbauen wollen, bitten wir um Meldung, was von ihnen gesucht und gewünscht wird, um ihnen Hilfestellung zukommen lassen zu können. Aus Mitgliederkreisen sind dankenswerterweise schon Inflationsbriefe für diesen Zweck zur Verfügung gestellt worden, die wir zur Weitergabe bereithalten.

Vereinsführer: G. Kobold, Berlin-Lichtenberg, Augustastr. 33

Verzeichnis der Infla-Farbetafeln. (Forts.)

Zf. Nr.	Michel-Nr.	Wertstufe	Farbenbezeichnung nach Infla						
			a	b	c	d	e	f	
155	268	100 Mk.	lila	purpur	lila	purpur	purpur	viol.	purpur
156	279	15/40 "	hellgrün	grün	dkl.	grün			
157	303	800/200 "	rosakarm.	karm.					
158	306	800/400 "	hellgrün	grün					
159	309	2/200 "	rosa	ziegelrot	orang.	rot	rosarot		
160	364	1	grün	dkl.	grün				
161	110	30 Pfg.	lila-oranger.	purp.	-oranger.				
162	227	2 Mk.	viol.	purp.	viol.	violet			
163	228	6 "	blau	dkl.	blau				
164	230	20 "	h'blauviol.	blauviol.	d'blauviol.				
165	233	6+4 "	hellblau	bläu					
166	239	10 "	hellblau	prf.	blau				
167	284	30 T./10 "	blau	dkl.	blau				
168	285	30 T./200 "	blaßblau	hellblau					
169	289	100 T./100 "	mattlila	lila		purpur			
170	452	25+10 Pfg.	hellblau	dkl.	blau				
171	90	40 Pfg.	karmrosa-schw.	rosakarm.	-schw.				
172	91	50 "	purpviol.	elfenb.	viol.	purp.	elfenb.		
173	94	1 Mk.	rot	rosa					
174	95	2 "	hellblau	blau	dkl.	blau			
175	97	5 "	bläulschw.	-rosakarm.	bläulschw.	-karm.			
176	104	75 Pf.	blaugrün-schw.	dkl.	blaugrün-schw.				

177	113	1.25 Mk.	grün	dkl.grün
178	116	1.25 "	grün	dkl.grün
179	139	1.00 "	rosa	karminrosa
180	150	1.00 "	viol.-h'grün	viol.-d'grün
181	152	2.00 "	bräunl.karm.-h'blau	bräunl.karm.-blau
182	158	5 Pf.	lilarot	braunrot
183	162	30 "	hellgrün	grün dkl.grün
184	167	1 Mk.	h'olivgrün	d'olivgrün
185	175	10 "	karm.rosa	rosakarm.
186	199	1¼ Mk.	h'braunrot	braunrot
187	200	2 Mk.	blauviol.	dkl.blauviol.
188	202	4 "	h'violblau	viol.blau
189	204	20 "	lilarot	dkl.lilarot
190	232	40 "	gelbgrün	hellgrün
191	234	12+8 Mk.	br.oranger.	orangerot
192	249	50 Mk.	blau	dkl.blau schw.blau
193	267	200 "	ultramar.	dkl.ultramar.
194	314	1 Mio.	h'grünbl.	grünbl. dkl.grünblau
195	315	2 "	lilarot	purp.lila violett
196	343	100 Pf.	viol.purp.	purp.viol.
197	341	20 "	blau	dkl.blau
198	340	10 "	karm.rosa	dkl.karm.
199	339	5 "	grün	dkl.grün
200	335	10 Mia/20	dkl.blau	schw.blau
201	321	50 Mio.	grün	dkl.grün
202	319	20 "	h'ultramar.	d'ultramar.schw.blau
203	D 24	10 Pf.	rosa	karminrosa
204	D 26	20 "	h'violblau	ultramar. d'ultramar.

Lit. Nr.	Michel-Nr.	Wertstufe	Farbenbezeichnung nach Infla						
			a	b	c	d	e	f	
205	D 28	40	rosa	karmin	dkl.karmin				
206	D 29	50	violett	blauviolett					
207	D 31	1.25 Mk.	graublau	schw.blau					
208	D 32	2	h'graubl.	graublau					
209	D 33	5	braun	schw.braun	lilabraun				
210	D 36	15 Pf.	hellkarm.	karminrot					
211	D 37	20	purp.viol.	purpurlila					
212	D 38	30	hellblau	dkl.blau					
213	D 40	50	zinnober	orangerot					
214	D 43	75	lilarot	braunrot					
215	D 72	20 Mk.	grauultram.	schw.ultram.					
216	D 73	50	violett	dkl violett					
217	D 121	40 Pf.	purpurlila	purpurviol.					
218	D 137	10	braun	dkl.braun					
219	D 143	50	gelb	orangegeb					

(Forts. folgt.)