

VORBILDER DER Briefmarken

montage ch. proost

TEXT UND PHOTOS HERBERT ROSEN



Die Briefmarke, die gleichsam als die „Visitenkarte eines Landes“ in die Welt hinausgeht, soll nicht nur repräsentieren, sondern auch für das Land werben, soll von den Schönheiten und kulturellen Begebenheiten erzählen, das Leben und Treiben in ihm wieder spiegeln, und nicht zuletzt seine Geistesheroen dem Auslande vorführen. Mehr als jedes andere Kunstwerk verlangt daher die Briefmarke sorgsamste Behandlung sowie Auswahl des betreffenden Stoffes, wobei man sich aber vor allen Dingen auch immer den Zweck, dem gerade die betreffenden Postwertzeichen dienen sollen, vergegenwärtigen muß.

Wenn wir uns daher die einzelnen Briefmarken mal nicht nur flüchtig, sondern etwas genauer anschauen, wenn wir sogar noch die Vorbilder, die zu ihrer Schaffung dienten, als Vergleich daneben zu liegen haben, dann werden wir doch plötzlich sehr überrascht sein, Unterschiede zu finden, die wir sonst garnicht beachtet hätten. Wir werden uns sogar wundern, was alles den Marken zum Vorbilde diente, wie teils der Staat, teils die schaffenden Künstler Veränderungen an den Vorlagen vornehmen mußten, um eben den Erfordernissen und Gesetzen der Marke gerecht zu werden. Denn wie jedes Kunstwerk, so muß auch die Briefmarke nach besonderen, arteigenen Richtlinien, geschaffen sein, sie darf z. B. kein Plakat und keine Reklamemarke, keine Photographie und kein Bild, sondern muß eben eine Briefmarke sein.

Und jetzt ist es sehr interessant, einmal festzustellen, wie nun und in welcher Form die hierfür verwandten Vorbilder abgeändert oder neu geschaffen werden mußten, ja wie überhaupt dieses und jenes dem schaffenden Künstler als Vorlage oder Modell diente, was wir allgemein als gegeben hinnehmen!

Eines der meistverbreitetsten Plakate in allen Betrieben Rußlands ist ein Vierfarbendruck, der dazu auffordert, den 5-Jahres-Plan bereits in 4 Jahren zu bewältigen. Um dieses Plakat aber auch der übrigen Welt zu zeigen, benutzte man eine damals gerade zur Herausgabe gelangende Briefmarke zu Ehren des Zeppelins in Moskau und verwandte die sinnbildliche Darstellung als Hauptbildmotiv. Interessant sind jetzt die vielen Veränderungen, denen das Bild bei Schaffung der Marke unterworfen werden mußte, da eine genaue Uebertragung des Plakates die kleine Marke zu sehr überlastet hätte. Man sieht z. B., daß links unten fünf Männer mit dem Fortschaffen eines Balkens beschäftigt sind, während auf der Marke nur drei Mann zu finden sind. Ebenso ist die mittlere, zur Arbeit schreitende Gruppe verringert worden, auf dem Traktor sitzt bei der Marke jetzt nur noch ein Mann, während der andere fehlt usw. Auch die vielen, auf dem Plakat befindlichen Inschriften sind auf ein Mindestmaß eingeschränkt, die im Hintergrund befindlichen Bohrtürme, Krähne usw. werden bei der Marke nur angedeutet, zumal sie durch das Luftschiff — übrigens der deutsche Zeppelin — verdeckt sind. Man hat aber bei der Marke im Gegensatz zum Original nicht nur weggelassen, sondern auch etwas hinzugefügt, was auf dem Plakat gänzlich fehlt, nämlich das rechts hinten befindliche Kraftwerk! Man sieht also, daß es auch einmal umgekehrt der Fall sein kann!

Trotzdem wohl schon tausende und abertausende von Menschen vor dem weltberühmten, von Kissburg geschaffenen Teldenkmal in Altdorf (Schweiz) gestanden haben, wird es aber noch niemanden aufgefallen sein, daß dieses Denkmal in einem Ausschnitt als Vorbild für die bekannten Marken der Schweiz mit dem Brustbilde Tells diente!

Der Zeichner dieser Briefmarke von Liechtenstein, dem nebenstehende Abbildung diente, besaß die Unkorrektheit, oder besser gesagt, künstlerische Freiheit, die beiden Gipfel des Gebirgszuges in gleicher Höhe zu zeichnen,



während doch der rechte in Wirklichkeit etwas höher ist — um nur eben das Markenbild harmonischer gestalten zu können. Er fügte auch auf dem Wertzeichen eine Wegspur zum halb verschneiten Hause ein, und erreichte es mit diesem kleinen Kunstgriff, daß das Bildmotiv auf der Marke lebhafter als in Natura wirkt!

