

NORBERT RÖHM

AUS DEN ANFÄNGEN DER PHILATELIE

Rund um die ersten Briefmarkensammlungen

Die vorliegende Textsammlung erschien vor rund 25 Jahren
zuerst einzeln in:

»Philatelie und Postgeschichte«

»Philatelie Bund Deutscher Philatelisten e.V.«

»100 Jahre / 1878 – 1978 / Festschrift«
Verein für Briefmarkenkunde 1878 e.V. Frankfurt am Main

Verlag Projekt Gutenberg-DE

ISBN: 9783739010007

© 2017



Norbert Röhm

wurde am 2.10.1924 in Tegel am See geboren.

Briefmarkensammler seit 1935.

Nach kaufmännischer Ausbildung arbeitete er jahrzehntlang in Führungspositionen eines Konzerns.

Aus den Anfängen seiner Briefmarkensammlung entwickelte er eine Leidenschaft für die wissenschaftliche Philatelie.

Engagiert forschte und recherchierte er zur klassischen Philateliegeschichte und publizierte seine Arbeitsergebnisse in der Fachpresse.

Spezialgebiete:

frühe Briefmarken-Zählungen, erste Briefmarken-Wasserzeichen, klassische philatelistische Literatur.

Lange Jahre war er Mitglied im Verein für Briefmarkenkunde 1978 e.V. Frankfurt am Main.

Inhalt

Die Einführung der Perforation in Europa: Ein Spiegelbild der Rivalitäten europäischer Mächte	9
Das älteste philatelistische System: Das Zählungsmaß	18
Die ersten Briefmarkensammlungen	46
Eine Quelle der Philatelie: Das »Literarische Museum«	75
Aus den Anfängen einer großen Briefmarkenhandlung: Gebrüder Senf in Leipzig	104
Hugo Michel, der Vater des Michel-Kataloges	137

Die Einführung der Perforation in Europa: Ein Spiegelbild der Rivalitäten europäischer Mächte

Das Gründungsjubiläum des Vereins für Briefmarkenkunde 1878 ist der Anlass zu einer aufschlussreichen Rückschau auf eine heute kaum noch beachtete Entwicklung in den beiden der Gründung vorhergegangenen Jahrzehnten.

Die bis dahin in allen Staaten allmählich perfekt gewordene Briefmarke hatte nach und nach durch die Zugabe der Perforation ihre technische Vollendung gefunden. In dieser äußeren Form hat sie sich in den nunmehr vergangenen über hundert Jahren nicht mehr gewandelt. Das rechtfertigt eine Betrachtung über die Beweggründe der damaligen europäischen Staaten zur Einführung der Briefmarken-Perforation. Das Jahr 1878 setzt eigentlich den Schlusspunkt eines ganzen Werdegangs.

Gerade noch drei Jahre vorher hatten sich als Letzte die Staatspost Luxemburgs und die selbständige Postverwaltung Finnlands zur Perforierung ihrer Marken entschlossen. Allein im Königreich Griechenland sah man noch keine Notwendigkeit zu solcher Änderung.

Dabei hatte diese Verbesserung des Briefmarkenwesens ganz natürlich angefangen. Nach langen Versuchen auf eigene Rechnung präsentierte Herr Archer der britischen Postverwaltung im Jahre 1849 einen recht passablen Durchlochungsapparat für Briefmarkenbogen und bot seine Erfindung zu einem ansehnlichen Betrag zum Kauf an.

Eine gewisse Notwendigkeit, sich des Projekts anzunehmen, bestand. Seit der Hill'schen Postreform und der Einführung der Briefmarke hatte der Briefverkehr in England einen unerhörten Aufschwung genommen. In der vorletzten Novemberwoche des Jahres 1839 wurden im Vereinigten Königreich 1,45 Millionen portopflichtige Briefe befördert. Im Juni 1849, rund 10 Jahre später, belief sich die Vergleichszahl einer Woche bereits auf 6,85 Millionen Briefe. Eine Verfünfachung stand also kurz vor der Tür, und der Verlauf der weiteren Steigerungen war kaum abzusehen.

Man musste demnach ernstliche Überlegungen anstellen, wie man die Benutzung der Briefmarke perfektionieren wollte und wie man dem lästigen Gebrauch der Schere abhelfen konnte.

Die Überlegungen dazu waren nicht gerade geheim.

Aber just bei seinen Verhandlungen mit der britischen Postverwaltung hatte Herr Archer, ohne es zu wissen, einen nicht so ganz berufenen Zuhörer. Herr Dr. Jakob Herz, ein zum Studium der englischen Postverhältnisse Abgesandter des österreichischen Handelsministeriums interessierte sich außerdem für die angebotene Neuerung. Gerade noch rechtzeitig, ein paar Tage vor seiner Heimreise nach Österreich, wurde er fast zufällig Zeuge der internen Vorführungen, und voller Neugier untersuchte er den offensichtlich praktischen Apparat sehr kritisch. Er war schließlich unterwegs um dazuzulernen.

Nach dem großen Erfolg der Hill'schen Reform hatte eine ganze Reihe von Staaten in Europa die Absicht, ihre heimischen Postverhältnisse ebenfalls zu reformieren. Zu diesem Zweck war es Usus geworden, Regierungs-Kommissäre nach London zu schicken mit dem Auftrag, sich bei der dortigen Postverwaltung gehörig umzuschauen und sich mit Material und Informationen zu versehen, wie sie für die jeweils zu Hause beabsichtigte Reform erforderlich waren. In solcher Mission brachte der Österreicher Dr. Herz zwei Monate in London zu.

Der jugendliche Elan seines Kaisers hatte ihn dorthin geschickt. Denn den 18jährigen Kaiser Franz Joseph muss es bei seiner Thronübernahme Ende 1848 geärgert haben, dass in seinem Lande zwar ein mustergültiges und zuverlässiges Postwesen unterhalten wurde, dass aber von der fortschrittlichen Briefmarke in Österreich kein Gebrauch gemacht wurde.

Einen Monat vor der Abdankung seines Onkels hatte noch Bayern die Briefmarke eingeführt, vorher im Juli Belgien und im Januar Frankreich. Briefe mit Briefmarken aus den Vereinigten Staaten kamen schon seit mehr als zwei Jahren in Wien an, ganz zu schweigen von Briefen mit Marken aus den schweizerischen Kantonen Zürich, Genf und Basel.

So entwickelte sich im österreichischen Handelsministerium unversehens eine hastige Tätigkeit zur Einführung der Briefmarke. Gleich zu Beginn des Jahres 1849 befasste sich die oberste Postverwaltung mit dem Vorschlag, aufklebbare Briefmarken einzuführen. Nach eingehenden Überlegungen beauftragte sie den Inspektor des niederösterreichischen Postdienstes, Dr. Herz, mit einer Informationsreise in das Ausland. Er sollte dort das Briefmarkenwesen erkunden.

Dr. Herz unternahm seine Studienreise bereits im Mai 1849. Er besuchte England, Belgien, Frankreich und Bayern. Anfang Juli erhielt das Handelsministerium schon seinen detaillierten Bericht. Am 25. September 1849 unterschrieb daraufhin der junge Kaiser das Dekret über die Einführung der Briefmarke in Österreich-Ungarn.

In London hatte Dr. Herz also gerade noch mitbekommen, wie die Entwicklung in England wahrscheinlich weitergehen würde. Er gab einen versierten Bericht:

»Das mit Anfertigung der Postables beschäftigte Stamp Office in London war eben im Juli in Verhandlung, eine neue Erfindung anzukaufen, um die Markenerzeugung noch vollständiger zu machen. Diese bestand darin, daß mittelst einer Presse der ganze Bogen der Marken so durchbrochen werden konnte, daß jede einzelne Marke am ganzen Rande – spitzengrundartig, fein durchlöchert, durch leichtes Anziehen abgerissen werden könnte. Dem Erfinder sollten hierfür 2.000 L. Remuneration und 120 L. für jede einzelne Durchlöcherungspresse gezahlt werden.«

Diese anschauliche Bemerkung war für den frischen Ehrgeiz des Kaisers Anlass genug, in Österreich eigene Versuche anstellen zu lassen, entsprechende »Beränderungen« an den Briefmarken anzubringen. Er ahnte nur nicht, dass er England auch noch hätte zuvorkommen können, wenn er auf größere Eile gedrungen hätte. Der technische Leiter der Staatsdruckerei kümmerte sich um die Herstellung einer Beränderungsmaschine und legte 1852 erste beränderte Briefmarken als Versuch vor. Es wurde auch noch eine brauchbare Maschine zur Markenperforierung konstruiert, aber sie kam nicht mehr zum Ein-

satz. Der anfängliche Elan erlahmte bald. Der Kaiser hatte nun seine Briefmarken – von perforierten Marken war sowieso weltweit noch nichts zu sehen – aber er hatte mittlerweile auch ganz andere Sorgen:

Denn im Osten des Reiches stand der Krimkrieg vor der Tür! Die Mitte 1855 fertiggewordene Perforiermaschine für Bogenzählung blieb deshalb unbeachtet stehen und kam erst lange nach dem Kriege zum Einsatz.

An sich wäre Österreich in der Lage gewesen, allen europäischen Konkurrenten zuvorzukommen und sich mit der Einführung der Perforation sogar noch vor die eiligen Skandinavier zu schieben. Denn die schließliche Einführung der Perforation in England im Januar 1854 war, weil Dr. Herz in London so gut aufgepasst hatte, in Österreich lange genug vorher bekannt.

Das englische Beispiel zur Vereinfachung des Postverkehrs schwebte auch den Ständen des schwedischen Reichstags vor. Man sprach viel vom Einheitsporto, wie es in England üblich geworden war und verwies auf Österreich und auf andere europäische Länder, in denen das verbilligte Porto bereits eingeführt worden war. König Oskar veranlasste deshalb schon 1851 die schwedische Generalpostverwaltung, eine neue Postordnung auszuarbeiten.

Auch in Norwegen, das schon vor geraumer Zeit sein Postwesen vom schwedischen Einfluss unabhängig gemacht hatte, wurden Vereinfachungen des Postverkehrs gefordert. Durch die ihm auferlegte Personalunion mit Schweden war für die Billigung einer entsprechenden Gesetzesvorlage im Februar 1854 der gleiche König Oskar zuständig. Noch vor Schweden trat damit in Norwegen die Einführung der Briefmarke durch gesetzliche Regelung zum Jahresbeginn 1855 in Kraft.

Es hatte zeitlich nicht mehr gelangt, auch noch die Perforation der Briefmarken miteinzuführen. Aber es war gelungen, den Schweden einen Streich zu spielen. Das kleinere Norwegen führte aller Welt vor, es konnte mehr als das von ihm ungeliebte Schweden und sogar mehr als das allmächtige Russland.

Die Schweden hatten sich mit der Ausarbeitung ihrer neuen Postordnung zu viel Zeit gelassen. Erst im Frühjahr 1855 bestätigte König

Oskar die Einführung der Postreform zum Juli 1855. In aller Eile mussten nun binnen drei Monaten die Marken hergestellt werden. Die Druckerei des Grafen Sparre entwickelte rechtzeitig eine Bogenperforiermaschine. So war es möglich, den nicht perforierten norwegischen Marken durch die größere Modernität doch noch den Rang abzulau- fen. Auch Schweden wollte sich vor Russland profilieren. So freute es sich, wenigstens dem großen russischen Nachbarn, der bei sich noch keine Briefmarken eingeführt hatte, zuvorgekommen zu sein.

Norwegen sah diese Entwicklung mit Neid und beschloss, in London neue und perforierte Marken drucken zu lassen. Die Verhandlungen zerschlugen sich wegen der Preisforderungen der englischen Druckerei. Für die Hälfte des Preises aus dem englischen Angebot wurden schließlich neue und perforierte Briefmarken in Stockholm in Auftrag gegeben. Sie erschienen im November 1856, noch einmal zur Freude der Skandinavier, weil aus Russland von Briefmarken und gar von perforierten Briefmarken noch immer nichts zu sehen war.

Russland war zu sehr mit seinem Krimkrieg befasst, um sich mit solchen Kleinigkeiten wie der Einführung der Briefmarke abzugeben.

Durch religiöse Streitigkeiten in Jerusalem entstand 1853 der Krimkrieg zwischen Russland und der Türkei. Großbritannien und Frankreich wollten eine Vergrößerung der russischen Macht nicht dulden. Sie traten beide an der Seite der Türkei in den Krieg ein. In der Ostsee blockierte England die russischen Häfen. König Oskar mit Schweden und Norwegen schloss sich den Westmächten an, nahm aber am Kriege nicht teil. 1855 garantierten England und Frankreich sogar noch die Integrität von Schweden-Norwegen gegenüber Russland.

Das war sicherlich Grund genug für die beiden skandinavischen Staaten, sich auf dem Gebiet der Briefmarkeneinführung und auch auf dem der Perforation schadenfroh zu verhalten.

Russland verlor den von ihm heraufbeschworenen Krimkrieg schließlich. Die Jahre des Krieges hatten auch noch die alte Freundschaft der beiden Kaiserhöfe von Wien und St. Petersburg zerstört und eine Rivalität untereinander geschaffen. Vor dem riesigen russischen Truppenaufmarsch auf dem Balkan suchte Österreich sich zu schützen. Es verstärkte die Truppen an seiner Ostgrenze derart, dass große

russische Truppenverbände dort gebunden wurden und nicht in den Krieg im Süden des Balkans eingreifen konnten. Diese Haltung Österreichs gab den Ausschlag für den Kriegsausgang und Russland musste seine Niederlage 1856 mit dem Frieden von Paris beschließen. Seine Vormachtstellung in Europa hatte Russland an Frankreich verloren.

Durch den Tod des Zaren während des Krieges ergab sich in Russland ein Thronwechsel, der zusammen mit dem Ende des Krimkrieges zu einschneidenden Reformen führte. In dieser Zeit besann sich der neue Zar auf Russlands zivile Beziehungen zur Welt und bemühte sich nun, den vorher verpassten Anschluss an modernere Entwicklungen zu finden. So wurde auf seine Veranlassung Ende 1857 in Russland auch die Briefmarke eingeführt. Ab Anfang 1858 erschien sogar schon eine perforierte Briefmarkenausgabe. In aller Stille war in St. Petersburg eine Perforiermaschine gebaut worden, die nach dem schwedischen Prinzip den ganzen Bogen auf einmal perforierte.

Den äußeren Anlass muss die Erkenntnis gegeben haben, dass in Europa nicht mehr die russische Macht imponierte sondern die wirtschaftliche Entwicklung der Vereinigten Staaten von Amerika. Ein mächtiger Kontinent wuchs dort heran.

Die weil die Europäer sich mit Russland schlugen, hatten die Nordamerikaner trotz allen Streits um das Sklaventum in den Südstaaten ihre wirtschaftliche Position weiter ausgebaut.

In Amerika hatte man sich aus England die Patentschriften britischer Perforiermaschinen beschafft und notwendige Originalmaschinen dazu. In der Deckung einer von Schutzzöllen begünstigten Industrie nahm man es mit ausländischen Patenten nicht so genau und baute die notwendigen Perforiermaschinen einfach nach.

Auf diese Weise war es kein Problem, schon früh, bereits im Februar 1857, mit perforierten Briefmarken vor der Welt aufzuwarten. Gegen die starren europäischen Perforationssysteme hatte man allerdings den Vorteil einer beweglichen und roulierenden Apparatur.

Noch während des Krimkrieges, im November 1855, hatte auch die Ostindische Kompagnie dafür gesorgt, dass ihre Briefmarken mit britischen Maschinen perforiert wurden. Das war auch nicht so

schwer, weil die Verwaltung der Kompagnie beste Beziehungen zum Mutterland unterhielt.

Das alles mag zusätzlich eine Veranlassung für den erst seit 1854 regierenden russischen Zaren gewesen sein, sich wetteifernd für die baldige Ausgabe perforierter Briefmarken einzusetzen. In den Augen des Zaren kann es nur ein grober Regiefehler der Kaiserlichen Post gewesen sein, dass die erste russische Briefmarke Ende 1857 ungezähnt erschien. Drei Wochen später wurden endlich die perforierten Briefmarken an die Postschalter gegeben.

In Österreich war die Chance, sich frühzeitig neben dem schon hoch-industrialisierten Großbritannien mit perforierten Briefmarken vorzustellen, einfach verschlafen worden. Den um moderne Postverhältnisse querulierenden Dr. Herz hatte man 1856 als 47jährigen aus dem Dienst entfernt und beurlaubt. Der Kaiser war in dieser Zeit zu sehr damit beschäftigt, sich um die nachteiligen Auswirkungen des Krimkrieges zu kümmern. Nachdem die russische Gefahr gebannt war, regte sich nämlich einiger Widerstand gegen die österreichische Herrschaft in Oberitalien. Infolgedessen hatten Österreich und sein Kaiser die Frage der Briefmarkenperforation ganz aus dem Auge verloren.

Die russische Perforationsinitiative vom Jahresanfang 1858 ließ den österreichischen Kaiser urplötzlich nach dem Verbleib der eigenen Perforationsvorhaben fragen. Die vorbereitete Ausgabe mit seinem Porträt erschien dann noch schnell 1858 mit der bekannten Bogenzählung.

Damals mag der Kaiser sich manches Mal gefragt haben, wieso Österreich so früh die Technik der Perforation begriffen hatte und sie dennoch so spät erst einführte. Als der Kaiser eines Tages erfuhr, dass man den stets drängenden, cleveren Dr. Herz wegen seines zu großen Eifers vor Jahren in den Ruhestand geschickt hatte, erhob er ihn in den Adelsstand.

Wohl weniger durch das nordamerikanische Vorbild, aber als Folge der plötzlichen russischen Betriebsamkeit ließ sich auch die britische Provinz Canada auf den Plan rufen. Nationale Spannungen zwischen der englischen Verwaltung und dem französisch bestimmten Unterhaus und wirtschaftliche Gegensätze im Lande ließen es angezeigt sein, sich fortschrittlich zu geben und im Herbst 1858 perforierte

Briefmarken einzuführen. In europäischen Parlamenten, das wusste man, hatte es nämlich schon gelegentlich Ärger um diese Frage gegeben, sodass man auf zusätzlichen Zündstoff gern verzichtete.

Neider fand das russische Vorgehen auch in deutschen Landen. Dazu war man sich viel zu sehr bewusst, wie weit Russland hinter der europäischen Entwicklung zurückstand. Allerdings war man an eine starke politische Einflussnahme Russlands in Deutschland gewöhnt. Schließlich bestanden auch enge verwandtschaftliche Beziehungen des russischen Kaiserhauses zu immerhin sechs deutschen Höfen: zu Preußen, zu Württemberg, zu Baden, zu Mecklenburg-Schwerin, zu Oldenburg und zu Sachsen-Weimar.

Die Empfindlichsten unter ihnen reagierten auch bald. Der König von Württemberg beauftragte die Generaldirektion der Königlichen Württembergischen Posten, sich um die Perforation der Briefmarken zu bemühen. In Kooperation mit dem Großherzogtum Baden wurde eine Perforationsmaschine von Baden und Württemberg gemeinsam angeschafft und in Karlsruhe aufgestellt. Diese eine Maschine schaffte zwar nicht den ganzen Bedarf, sodass gleichzeitig Marken gezähnt und ungezähnt zur Ausgabe gelangten. Aber ab November 1859 konnte schon mal Württemberg mithalten, ab Juni 1860 dann auch der Großherzog von Baden mit den Briefmarken seiner Direktion der Verkehrsanstalten in Karlsruhe. Die badische Postverwaltung hatte dann das Glück, ein für die Maschine günstigeres Papier zu verwenden als die Württemberger. Deshalb kam es hier kaum zu Ausfällen und man konnte sich in der verwandtschaftlichen Runde sehen lassen.

Unabhängig von den südwestdeutschen Bestrebungen in der Konkurrenz zu Russland sah zum Jahresanfang 1860 auch das in Personal-Union mit dem russischen Zarenreich verbundene Königreich Polen die Möglichkeit zur Herausgabe einer perforierten Briefmarke.

Eine Erweiterung der Autonomie durch den neuen Zaren veranlasste das Königreich, ein eigenes Postregal zu gründen und selbständig Briefmarken herauszugeben. Die Ausgabe der ersten polnischen Briefmarke wurde mit der Verwaltung des Zaren nicht vereinbart, sodass das russische Postdepartement in St. Petersburg erst Wochen später davon erfuhr. Die Perforationsvorrichtung hatte man sich von

einem Techniker in Warschau bauen lassen. Sie war zwar primitiv, langte aber aus, den polnischen Nationalstolz vor den Augen des Zaren in alle Welt zu tragen. Die Volkserhebung gegen das zaristische Russland vom Januar 1863 machte der Herrlichkeit ein schnelles Ende.

So hatte das Perforationswesen in seinem ersten Jahrzehnt seine Ausbreitung fast ausschließlich den Rivalitäten der damaligen Mächte untereinander zu verdanken.

Im zweiten Jahrzehnt der Briefmarken-Perforierung sind die Akzente völlig anders gesetzt. Während Russland bis dahin die europäische Entwicklung beeinflusst hatte und gleichzeitig weit hinter ihr zurückstand, drängten nun die Länder der farbigen Welt und auch Südamerika in den Vordergrund. Sie waren gleichermaßen wichtige Rohstofflieferanten wie auch bedeutende Abnehmer europäischer Industriewaren. Mit einer so modernen Einrichtung wie der perforierten Briefmarke machten sie sich schnell vertraut. Ihre umfangreiche Korrespondenz mit den europäischen Ländern bewirkte in Europa die zweite Perforierungswelle. Die Briefmarken aller bedeutenden britischen Besitzungen waren mittlerweile perforiert. Das zwang nun auch die restlichen, auf Sparsamkeit bedachten, europäischen Staaten sich anzupassen. In schneller Reihenfolge beeilten sich Italien, die Schweiz, Frankreich, Belgien, Sachsen, Dänemark, die Niederlande und Spanien, ihr Ansehen sowohl im benachbarten wie auch im fernen Ausland mit Hilfe der perforierten Briefmarken hochzuhalten. Bis zur Mitte der siebziger Jahre hatten sich auch die Letzten eingefunden.

Zur Zeit der Gründung des Vereins für Briefmarkenkunde war die Perforation der Briefmarken in ihrer Entwicklung gerade abgeschlossen. Sie war eine der angenehmen Entwicklungen. Sie war nämlich selbstverständlich.

Zuerst erschienen in:

100 Jahre / 1878 – 1978 / Festschrift

Herausgegeben vom Verein für Briefmarkenkunde 1878 e. V.

Frankfurt am Main

Das älteste philatelistische System: Das Zählungsmaß

So sah die Einheit aus. Die angelsächsische Welt übernahm als eines ihrer ersten metrischen Maße von dem europäischen Kontinent das System ihres Perforation Gauge, nämlich den französischen Odonotomètre, den niederländischen Tandingmeter, den deutschen Zähnungsschlüssel.

Auf dem Gebiet der Briefmarkenzählungen hatte sich damit schon mehr als drei Jahrzehnte vor der letzten Jahrhundertwende eine Entwicklung angebahnt, die seitdem eine schematisch moderne Maßangabe in der Philatelie in der ganzen Welt möglich machte.

Zu Beginn der sechziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts entschieden sich immer mehr Staaten, ihre bis dahin ungezähnten Briefmarkenserien zu perforieren. So ergab sich unter den ersten Briefmarkensammlern die Frage, ob sich dadurch womöglich ganz neue Markenausgaben entwickelt hätten.

In Deutschland war zunächst allgemeine Sammlermeinung, diese Überlegung könne man vernachlässigen. Es gab in diesen Diskussionen unter den praktischen Sammlern sogar häufig den ernstgemeinten Ratschlag, die Zähne einer Briefmarke doch einfach abzuschneiden, weil sie ohnehin den Markenrand entstellten und das Markenbild nur störten. Und entsprechend sei die Frage zu beantworten: Gezähnte Marken unterschieden sich nicht von den ungezähnten Marken. Diese Ansicht wurde genauso in England wie auch in Amerika unter den frühen Philatelisten vertreten.

Französische Schule

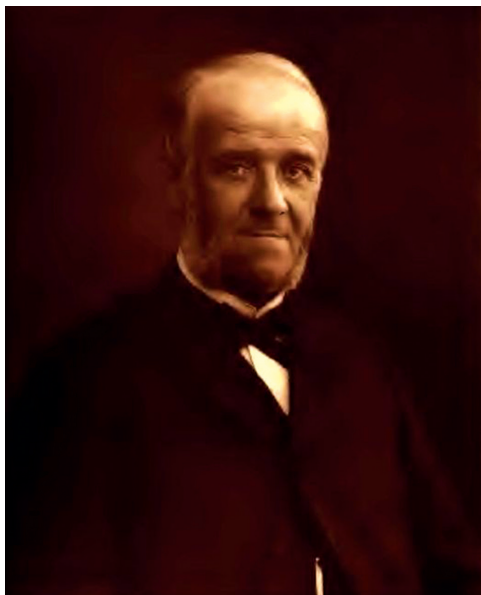
Die ganz anders geschulten und kritischeren französischen Briefmarkensammler maßen der Entwicklung zur perforierten Briefmarke eine erhebliche Bedeutung zu. Anfangs unterschieden sie nach großen, mittleren und kleinen Zählungen. Sie stellten durchaus fest, dass in den einzelnen Ausgabeländern mit den verschiedensten Perfora-

tionen gearbeitet wurde. Ihrer Mentalität als Sammler entsprach es, diese Unterschiede in Kategorien zu fassen, aber wie?

Man begann zuerst ganz unbedarft, die Zähne an einer Seite einer Markenhöhe abzuzählen. Doch durch allerlei Ungenauigkeiten bei der Herstellung der Markenbogen überall in der Welt war festzustellen, dass selbst innerhalb eines Markenbogens die Briefmarken meist eine verschiedene Anzahl an Zähnen aufwies. So ging das also nicht, zumal das Auszählen auch eine mühsame Beschäftigung war. Die Genauigkeit musste größer werden, ohne mit solchem Mangel behaftet zu sein.

Die Idee

Da hatte der spätere Nestor der französischen Briefmarkensammler, der Doktor der Medizin Amable Jacques Legrand aus Neuilly bei Paris (29.8.1820 – 6.6.1912), nach vielen Gesprächen mit seinen Sammlerkollegen die richtige Idee zu diesem Thema: Um vergleichbare Zahlen

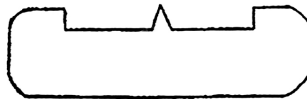


Dr. Amable Jacques Legrand. Pseudonym Dr. Magnus

Dr. Legrand schlug darin den Briefmarkensammlern vor, sich ein kleines Zwei-Zentimeter-Maß ins Portemonnaie zu stecken, um ein solch bequemes Instrument stets bei sich zu haben.

Die neue Norm

Vorzuziehen sei natürlich eine Art Stufenleiter mit einer Grad-einteilung. Bei einer gleichbleibenden Breite von zwei Zentimetern solle eine Serie parallel übereinander liegender Reihen in punktierte Linien aufgeteilt sein. Entsprechend den diversen Zähnungsmöglichkeiten müsste die Aufteilung dieser Linien dann, stetig steigend, mit sieben Punkten beginnen und mit 16 Punkten enden.



Das Zähnungsmaß fürs Portemonnaie vom 15. Oktober 1866

.....	16
.....	15½
.....	15
.....	14½
.....	14
.....	13½
.....	13
.....	12½
.....	12
.....	11½
.....	11
.....	10
.....	9½
.....	9
.....	7

Der erste Zähnungsschlüssel in »Timbre-Poste« vom 15. Oktober 1866

Entgegen der heutigen Übung, als erstes die Breite und danach die Höhe einer Marke zu messen und das Verhältnis anzugeben, hatte Dr. Legrand angeregt, in erster Linie den Zähnungsgrad an den senkrechten Seiten einer Marke festzustellen, weil diese Markenseite bei der Bestimmung der Zähnung fast immer das angenommene Maß von zwei Zentimetern habe. Es blieb dann nicht zu befürchten, dass sich beim Messen der kürzeren waagerechten Strecke ein unrichtiger Wert ergab.

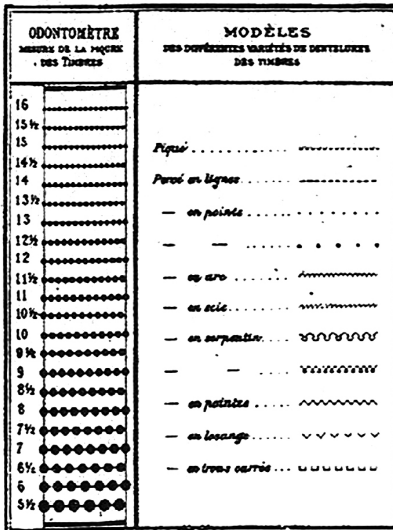
Ganz ohne Problem war die Einführung dieses ausgeklügelten Zähnungsmaßes zwar nicht. In Frankreich stieß Dr. Legrands Anregung jedoch sehr schnell auf Zustimmung, weil den französischen Sammlern die Methode gefiel.

Jean-Baptiste Moens (27.5.1833 – 28.4.1908) als Verfasser und Verleger vieler philatelistischer Forschungsarbeiten hat das Verdienst, den Gedanken der genormten Zähnungsangabe früh aufgegriffen zu haben. Er hat ihn in seinen stets sehr gründlichen Schriften unter den französisch-sprechenden Sammlern populär gemacht. Der Vollständigkeit halber führt er in seinem »Odontomètre« auch die mit einem Zähnungsschlüssel nicht leicht zu messenden verschiedenen Durchsticharten an.

Der erste Lohn war Hohn

Die skeptischen Redakteure der amerikanischen und englischen Fachzeitschriften nahmen diese Vorschläge aus Frankreich nur widerwillig zur Kenntnis. Sie amüsierten sich über solche Neuerung oder druckten sogar höhnische Artikel zu Dr. Legrands Empfehlung. Die deutsche »philatelistische Öffentlichkeit« schloss sich dieser Haltung an.

Das erste deutsche Briefmarken-Fachblatt, das bei Zschiesche & Köder in Leipzig erschienene »Magazin für Briefmarken-Sammler«, brachte in seiner vorletzten Nummer vom März 1867 einen ironischen Artikel zur Feststellung der Zähnungsvarianten. Unter dem Titel »Welche Bedeutung hat die Zahl der Zähne bei den Briefmarken« folgte es einem strikt ablehnenden Aufsatz im amerikanischen



Moens's «Odontomètre»



Jean-Baptiste Moens

»Postman's Knock« aus St. John im heutigen Kanada. Darin wurde die Ansicht vertreten, dass der »Ulk« doch ein wenig zu weit getrieben würde. Die Abhandlung dort endete mit der Diagnose: »Wenn auf solche nichtssagende Unbedeutendheiten ein hohes Gewicht gelegt wird, so wäre es besser, das Briefmarkensammeln ginge je früher je lieber dem Ende zu ...« Doch ehe diese Frage entschieden war, ging erstmal der »Postman's Knock« 1870 ein.

Nicht viel besser behandelte anschließend das Konkurrenzblatt »Der Briefmarken-Sammler« aus dem Literarischen Museum in Leipzig die Frage. Denn auch diese renommierte Fachzeitung hatte die offenkundige Absicht, das Unterscheiden nach gezähnten und ungezähnten Briefmarken lächerlich zu machen.

Die Redaktion des Blattes führte die Diskussion auf ihre Weise. Unter der als Satire gemeinten Überschrift »Gezähnt und Ungezähnt« erschienen nach und nach ein Dutzend Glossen, in denen kuriose Meldungen aller Art und Histörchen gebracht wurden, die mit dem Titel nicht das Geringste zu tun hatten.

