

Marken, die mehr als nur Marken sind

Fast jedes Kind weiß, dass Postwertzeichen zur besseren Trennung der Reihe nach mit einer Zählung an den Bogenrändern versehen sind. Früher hingegen wurden die Marken noch mit der Schere aus den großen Bögen herausgeschnitten. Je nach Lust und Laune des Postbeamten hinter dem Schalter wurden sie mit mehr oder weniger Rand belassen oder ziemlich eng beschnitten.

Zurück zu den gezähnten Werten von heute. Normal sind sie rechteckig und auf Papier gedruckt. Meist sind sie auf der Rückseite mit einer Gummierung versehen. Das ist die Substanz, die durch Anfeuchten das Kleben der Briefmarke auf einen Brief oder einer Ansichtskarte ermöglicht. Um eine erneute Benutzung zu verhindern, wird die Marke mit einem Poststempel entwertet oder wie in Italien der Fall mit einem Wellenstempel entwertet.

Nicht alle Briefmarken sind gezähnt

Doch trifft das mit dem gezähnten Rechteck auf alle Marken der Welt zu? Wohl kaum, denn so facettenreich die Kulturen und vielzählig die Staaten mit eigener Postverwaltung sind, umso bunter ist die Markenvielfalt.

Fangen wir mit unserem postalischen Nachbarland Schweiz an. Hier wurde im Jahr 2000 aufgrund der Nationalen Briefmarkenausstellung (kurz Naba) in St. Gallen eine schöne, gestickte, 59 x 48 mm große Marke herausgegeben. Das weltweit erste Postwertzeichen dieser Art hat einen Nennwert von 5 Schweizer Franken und ist vielmehr ein Kunstwerk als eine Briefmarke.

Auch die österreichische Postverwaltung wollte am „gestickten“ Kuchen mitnaschen und brachte die „weltweit erste“ gestickte und gezähnte Briefmarke auf den Markt. Mit 3,75 Euro hat die Marke einen entsprechend hohen Nennwert, erstrahlt in einem schönen Grün und hat ein Edelweiß als Motiv. Weil es so schön ist, folgte ein Enzian zum gleichen Nominalwert nach. Beide österreichischen Marken wurden mit Strickgarn auf Atlasgewebe, das helvetische Vorbild hingegen mit Polyester-garn auf Polyester-Satingewebe gestickt. Bei einer Stickerei handelt es um kein Druckverfahren, denn das Markenbild wurde durch einen Faden auf ein Gewebe gestickt.

Die Insel St. Vincent, die in der Karibik exotische und heiße Klänge nach außen projiziert, hat auch so eine gestickte Marke zu verbuchen. Genauso wie in Gambia, Grenada und Sierra Leone dient ein Teddybär als Markenbild, das mit Strickgarn auf Samt gestickt wurde.

Nicht gestickt, aber dreidimensional

In Holland war man außerordentlich erfindereich. Nachdem man nicht mit hohen Bergen punkten kann, muss man große Ideen haben. So gibt es nicht bloß gut riechende Tulpen oder jede Menge Fahrräder, sondern auch die ersten dreidimensionalen Briefmarken auf der Welt. Die Marken verwandeln sich nach dem Herausziehen einer Kartonlasche von zwei- in dreidimensionale Objekte. Dank einer aufsehenerregenden Papierarchitektur sind die Postwertzeichen aus drei Kartonschichten aufgebaut. Man kann durchaus gespannt sein, wie sich diese in einem luxuriösen Vordruckalbum präsentieren und unterbringen lassen.

Nicht dreidimensional, aber aus Holz

Deutschlands erste Briefmarke aus Holz kommt aus Dresden. Der private Postanbieter



PostModern hat mit dieser absolut gelungenen Marke aufgehörtchen lassen. Der Block enthält acht Marken zu je 50 Cent. Sie sind dreieckig und aneinander gereiht schauen sie aus wie eine Pizza Margherita. Dabei muss man wissen, dass man sich mit der süditalienischen Spezialität, auch wenn sie vom Holzofen kommt, keineswegs so leicht einen Schiefer in die Zunge rammen kann. Der Dresdner Holzmarkenblock hat bloß eine geringe Auflage von 12.500 Stück und einen interessanten Spruch „Es gibt wohl nichts, was der Sachse nicht aus Holz bauen kann.“ Da geben wir den Sachsen wohl ausnahmsweise einmal Recht; ferner sind sie die dritten in Europa, die eine Briefmarke aus dem Naturprodukt hergestellt haben.

Mickey Maus lässt grüßen

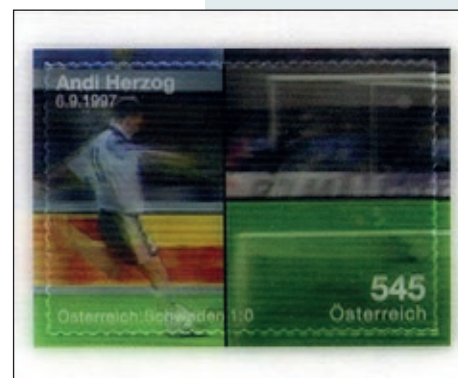
Wer kennt sie nicht, die alten Mickey Maus-Comichefte? Allwöchentlich erfreuen sie Jung und Alt, wenn die zeitlebens zur Legende avancierte Mickey Maus mit ihrer Freundin Minnie und vielen anderen Walt Disney-Helden Goofy und Co. Geschichten erzählen. Mitunter ist als Beigabe ein Lentikular- oder Prismenrasterbild enthalten.

Unsere Post hat den Tausend-Gulden-Schuss von Andreas Herzog im WM-Qualifikationsspiel gegen Schweden im Herbst 1997 als Briefmarke verewigt. Statt eines räumlichen Eindrucks kann für die Wechsel- und Wackelbilder eine Bewegung oder ein Bildwechsel erzeugen. Der Effekt tritt auf, wenn das Bild von ungleichen Blickwinkeln betrachtet wird. Auf der 5,45 Euro teuren Marke sieht man das Tor zum 1:0 in mehreren Sequenzen. Dass dieser Schuss das ÖFB-Team zur WM in Frankreich brachte, ist die positive Randerscheinung dieser Briefmarke, die fast zu schade zum Frankieren ist. Denkbar wurde die im Hochsicherheits- und Dokumentendruck hergestellte Marke durch die angeschnittene Lentikulartechnik. Bei der Produktion wurden 48 übereinanderliegende Bilder zu drei bewegten Bildern zusammengefasst. Mit einer Dauer von rund drei Sekunden werden der beherzte Schuss von Herzog und die Chancenlosigkeit des skandinavischen Schlussmannes dokumentiert. Ein wahres Stück Sport- und Briefmarkengeschichte.

Österreichische Postverwaltung sorgt für Sensation

Wieder war es die Österreichische Post, welche mit einer Einzigartigkeit aufwarten ließ. So wurde im März 2006 die erste Marke mit Meteoritenstaub ausgegeben. Auf jedem Postwertzeichen, das einen Nominalwert von 3,75 Euro hat, befinden sich winzige 0,03 Gramm, also ein kleiner Hauch, Meteoritenstaub. Wenn man aber die Auflage von 600.000 Stück heranzieht, kommt man auf die stolze Summe von 18 kg.

Tagein tagaus wird unsere Erde, ja der blaue Planet, vom Weltall meist still und leise in Form von kosmischem Staub mit rund 100 Tonnen fester Materie beschossen. Das schöne Postwertzeichen ist ferner kreisrund, und die beinahe 4,5 Milliarden Jahre alten Staubpartikel wurden in einem selbst entwickelten Spezialverfahren auf die Marken aufgetragen und mit einer Lackschicht überdeckt. Die Partikelchen stammen der Vollständigkeit halber aus dem Asteroidengürtel, der sich auf einer Bahn zwischen Mars und Jupiter um die Sonne bewegt. Dass auf der Marke „Post aus einer anderen Welt“ steht, ist mehr als verständlich.



Wenn der Fürst sich im Reich der Mitte ...

... befindet, dann kann er was erzählen. Die Postverwaltung unseres Nachbarlandes Liechtenstein zeigt uns eine noch nie da gewesene Neuheit, mehr noch: ein Kunstwerk philatelistischer Extraklasse. So sehen wir im Kunstwerk einen im knall-mao-roten Grundtenor versehenen Scherenschnitt-Briefmarkenblock. Mit ultramoderner Lasertechnologie wurde das uralte Kunstgewerbe chinesischer Herkunft zu einem attraktiven Block vereint. So erkennen wir als beachtliches Markenmotiv den Drachen als Hüter alter Weisheit, der wohl nun auch über den Fürsten von Liechtenstein und seine Familie wachen wird. Das letzte Jahr des Drachens dauerte übrigens vom 23. Jänner 2012 bis zum 9. Feber 2013.

Portugal setzt auf Kork

Portugal, der europäische Staat im Westen der Iberischen Halbinsel und am Atlantischen Ozean gelegen, ist hauptsächlich bekannt für seine vollmundigen und schweren Weine und für die stilvoll bemalten Kacheln. Aber auch Ganzsachenfreunde kommen hier nicht zu kurz. So hat Portugal im Jahr 2011, das von den Vereinten Nationen mit der Resolution 61/193 zum Internationalen Jahr der Wälder erklärt wurde, eine Ganzsache besonderer Art herausgegeben. Sie besteht aus einem der bedeutsamsten Exportartikel des südwesteuropäischen Landes, nämlich aus Kork. Sie weist ein eingedrucktes Postwertzeichen von 2 Euro auf, aber auch einen strahlend lachenden Knaben, der die taubenförmigen weißen Blätter eines Baumes beobachtet. Strahlen werden auch die Besitzer dieser außergewöhnlichen wie gleichermaßen einmaligen Ganzsache.

Schlussresümee

Der vorliegende Artikel ist bei weitem nicht vollständig. So kann man die Liste nach Belieben mit Besonderheiten und Postverwaltungen ergänzen und komplettieren. So gibt es Briefmarken, die etwa Äpfel, Zitronen, Erdbeeren oder Schokolade als Motiv inklusive passendem Duft aufweisen. Ein Eldorado für feine Nasen. Hier werden über Duftkapseln und ein keinesfalls gewöhnliches Druckverfahren die Duftstoffe aufs Papier gebracht. Egal, ob die Leserschaft der „Briefmarke“ sich gerne den klassischen, philatelistischen Ausgaben widmet oder die eine oder andere exotische, weil nicht alltägliche Briefmarke im Album schlummert, das Wichtigste sollte überwiegen: die Freude an der Sammlung. Dabei erkennt man gewiss die eine oder andere Schönheit, wenn wir beispielsweise an die österreichische Hologramm-Export-Briefmarke mit dem „Made in Austria“-Logo zu 8 Schilling denken, die in einem Kleinbogen zu acht Werten gedruckt wurde.

Andreas Raffener

