

175 Jahre Briefmarken **Hoch soll sie kleben!**

Vor 175 Jahren erschien die erste Briefmarke der Welt: die britische „One Penny Black“. Heute, im digitalen Postzeitalter, machen Barcodes und automatisierte Rollzeichen-Stempel der Briefmarke zu schaffen. Dennoch erzielen Raritäten immer häufiger Millionen-Preise. Und Künstler reißen sich um die Gestaltung der kleinen Fetzen aus Farbe und Papier.

Das zuständige Bundesfinanzministerium kündigte die neue Sondermarke selten poetisch an: Im `Seestück´ von Gerhard Richter, so die Regierungsstelle, prallten Himmel und Erde „kraftvoll aufeinander. Die untergehende Sonne legt sich glitzernd auf die sanften Wogen des Meeres“. Nun könne jedermann für 1,45 Euro „einen echten Richter“ sein Eigen nennen.

Millionenfach wurde der Mini-Richter mittlerweile abgeleckt, bestempelt, in den Müll geworfen oder in Sammelalben gesteckt. Sein Schöpfer, das Bremer Künstler-Ehepaar Fritz und Sibylle Haase, hat das berühmte Werk von Deutschlands teuerstem Gegenwartskünstler auf Briefmarkengröße gequetscht. Ein aufwändiger, millimeterfeiner Gestaltungs-Prozess von der Bleistift-Skizze bis zur Vorlage für den elektronischen Druck: „Auf einer Briefmarke ist nur wenig Platz. Wir mussten das Meer so minutiös gestalten, dass die Zwischenräume zwischen den Wellen sichtbar blieben.“

Fritz und Sibylle Haase gehören zu den etwa hundert Designern und Designerinnen, die deutsche Briefmarken entwerfen. 120 ihrer etwa tausend Entwürfe haben es seit 1978 bis an den Postschalter geschafft. Spitze in der heimischen Designer-Szene.

Warum sie ausgerechnet Briefmarken entwerfen? Was für eine Frage! „Man erreicht das, was Warhol immer wollte: Millionenauflagen!“ Die Haases sind die personifizierte Wertschöpfung: Ihr Motiv „Schloss Bellevue Berlin“ schaffte eine Auflage von 670 Millionen, das „Goethe und Schiller-Denkmal Weimar“ 517 Millionen, die „Brühlsche Terrasse Dresden“ 131 Millionen. „Briefmarken sind Botschafter! Das ist was Bleibendes!“

Mehrere tausend Entwürfe wurden zwischen 1839 und 1840 für die Gestaltung der weltweit ersten Briefmarke eingereicht. Doch keine Skizze fand die Gnade vor Sir Rowland Hill (1795 – 1879), dem Wegbereiter der Briefmarke. Der englische Generals-Neffe aus Kidderminster bei Birmingham entschied sich für eine Gedenkmünze der Queen als Vorlage. So zierte das erste Postwertzeichen der Welt ein Porträt der jungen Königin Victoria von England.

Belächelt und verhöhnt, hatte Hill jahrelang für eine Reform der Briefgebühr gekämpft. Während bis dahin der Empfänger eines Briefes das Porto nachentrichten musste, sollte der Tarif nun im Voraus durch „kleine auf der Rückseite mit Leim bestrichene Papiere“ quittiert werden. Viele Abgeordnete des Unterhauses hielten Hills Vorschläge zunächst für undurchführbar: „Von allen verrückten Vorschlägen ist das der verrückteste!“

Im August 1839 triumphiert Hill über die Lästermäuler: Das britische Parlament genehmigt die Post-Reform. Am 6. Mai 1840 wird das weltweit erste Postwertzeichen verkauft: die legendäre "One Penny Black". Für seine bahnbrechende Idee wird Hill fürstlich belohnt: Die Queen hebt ihren Generalpostmeister in den Ritterstand, die Regierung schenkt ihm zum Ruhestand 20.000 Pfund Sterling (heute etwa 1,4 Millionen Euro). Im August 1879 wird der Ehrenbürger der City von London in der Westminsterabtei neben den größten Männern Englands beigesetzt.

Nur wenig später nach der englischen Premiere startet die Briefmarke ihren weltweiten Siegeszug. 1843 adoptieren Brasilien und die Schweiz die neue Frankatur. Sechs Jahre später folgen Frankreich, Belgien und Bayern. Am 1. November gibt König Ludwigs Reich die erste deutsche Briefmarke aus: Der auf handgeschöpftem Papier gedruckte „Schwarze Einser“ ist heute Traum jedes Briefmarkensammlers. Vor fünf Jahren wechselte die philatelistische Rarität, von der 900.000 Exemplare gedruckt wurden, aber nur noch wenige existieren, für fast 300.000 Euro ihren Besitzer.

„Briefmarken zu sammeln ist ein schönes Hobby“, findet Designer Haase. Doch um den retirierten Kunstprofessor und passionierten Sammler wird es immer einsamer: Die Zahl der Deutschen, die der Liebhaberei verfallen sind, hat sich seit den 1970er Jahren von sechs auf drei Millionen halbiert. Haase, mittlerweile stolze 78, hätte da einen ziemlich absurden Tip, den Negativtrend zu stoppen: „Der Rapper Bushido sollte anfangen zu sammeln.“ Vielleicht fänden dann wieder mehr Jugendliche Interesse an den gezackten Kleinodien.

Auf noch etwa 50 Millionen schätzt der englische Marktbeobachter Stanley Gibson die Sammler-Gemeinde weltweit. Global gesehen ein eher kleiner Markt, was eigentlich zu sinkenden Preisen führen sollte. Nicht bei den philatelistischen Raritäten: Schon in den 1980er Jahren erzielte ein Brief mit einer badischen Neun-Kreuzer-Marke von 1850 umgerechnet mehr als eine Million Euro. Längst hat der Sachwerte-Boom auch die Briefmarke erfasst. Die unsichere Lage auf den Finanzmärkten, so das Wiesbadener Auktionshaus Köhler, treibe vermögende Leute in Luxusobjekte.

Seit dem letzten Jahr ist die „British Guiana 1 Cent magenta“ von 1856 mit 9,5 Millionen Dollar die teuerste Marke aller Zeiten. Ein kleiner, magentafarbener Fetzen Papier, kaum größer als ein Daumenabdruck. Kein Edelmetall, kein Edelstein ist im Verhältnis zum Gewicht wertvoller als diese weniger als zwei Gramm wiegende Pretiose unter den Briefmarken. Auf den Quadratmeter hochgerechnet kann es die federleichte Kostbarkeit spielend mit der bemalten Leinwand eines Rembrandts aufnehmen. Im 19. Jahrhundert entschieden die Landesfürsten noch allein darüber, was auf einer Briefmarke zu sehen ist. Seit 1998 hat der Bundesfinanzminister das letzte Wort. Jeder Bürger darf Themen vorschlagen. Um die tausend Ideen gehen jedes Jahr ein, aber nur 50 Entwürfe schaffen den Weg in die Briefkästen und Sammelalben. Über die Themen diskutiert ein hochkarätig besetzter Kunstbeirat, verrät Haase. „Absolute Spitzenleute!“ Politiker, Grafiker, Verwaltungs- und Druckerei-Fachleute, Philatelisten und Vertreter der Post. „Briefmarken sind schließlich Botschafter unseres Landes!“ Mehrmals schon wurden Haase-Marken zur jeweils schönsten deutschen Briefmarke des Jahres gewählt, darunter die Ausgaben „100 Jahre Künstlerdorf Worpswede“ (1989) mit einem Gemälde von Heinrich Vogeler und „Mit einander leben – Ausländer in Deutschland“ (1994).

Hat sich die Berliner Experten-Kommission auf ein Thema verständigt, wird ein geheimer Wettbewerb ausgeschrieben, an dem sechs vom Ministerium auserkorene Grafiker teilnehmen dürfen. Man kann sich nicht bewerben, man wird geladen. „Keiner weiß von dem anderen. Jeder ist zur Verschwiegenheit verpflichtet“, erzählt Grit Fiedler, 48. Die Leipziger Grafik-Designerin gehört zum exquisiten Pool der hundert Auserwählten, die unsere Briefmarken gestalten.

Neben Fiedler durfte nur eine Handvoll Gebrauchsgrafiker im Arbeiter- und Bauernstaat die Kleinkunstwerke kreieren. „Wir waren nur drei Studenten.“ Gemeinsam mit ihrem Vater und Kollegen Jochen Fiedler hat die ehemalige Studentin der Kunsthochschule Halle 1990 das letzte Postwertzeichen der DDR entworfen: Eine 50-Pfennig-Marke mit der Parole der Montags-Demonstrationen „Wir sind das Volk!“

26 Ausschreibungen hat Fiedler bis heute gewonnen. Sie ist spezialisiert auf Kinder-Motive und Städteansichten: Zu ihren millionenfach gedruckten Erfolgsentwürfen gehören u. a. die „Görlitzer Altstadt“, der „Enz-Viadukt“ bei Bietigheim (Baden-Württemberg), der „Münchner Viktualienmarkt“ und „1000 Jahre Bistum Bamberg“. Ihr letztes Projekt war ein „Zweivierziger mit Zacken“: Die Sondermarke „900 Jahre Köthen“ nach einem Stich von Merian. Sie kam Anfang März an die Schalter.

Drei bis vier Wochen dauert das Rennen um den besten Entwurf. Für die Köthen-Marke mit einem Stich von Merian hatte sich Fiedler durch Büchereien und Archive gekämpft, in alten Kunstbänden geblättert. „Jedes Detail muss genauestens stimmen!“ Die Recherche sei die Hauptarbeit, bestätigt Kollege Haase. Selbst winzigste Fehler auf den kleinen Marken blieben nicht verborgen und könnten größten Ärger auslösen. „Es gibt da richtige Spezialisten unter den Philatelisten.“ Auch für die selbsternannten „Briefmarken-Detektive“ der Boulevard-Presse sind Fehler ein gefundenes Fressen: „Das Bremer Rathaus beschnitten!“ – „Irre Post-Panne um unseren Kölner Dom!“ - „Schönster Turm der Christenheit verhunzt!“ Schlagzeilen wie diese haben die Haases schon öfter schlucken müssen. In keinem dieser Fälle war den Künstlern ein Fehler unterlaufen.

Trotz aller Ärgernisse - der Spaß kommt in der Philatelie dennoch nicht zu kurz: So gibt das Südsee-Inselreich Tonga eine Marke in Form einer Banane heraus. Bhutan veröffentlichte sogar schon eine Schallplatten-Marke. Man konnte sie auf einen Plattenspieler legen und die Nationalhymne hören.

Thomas Olivier

© Olivier 2015