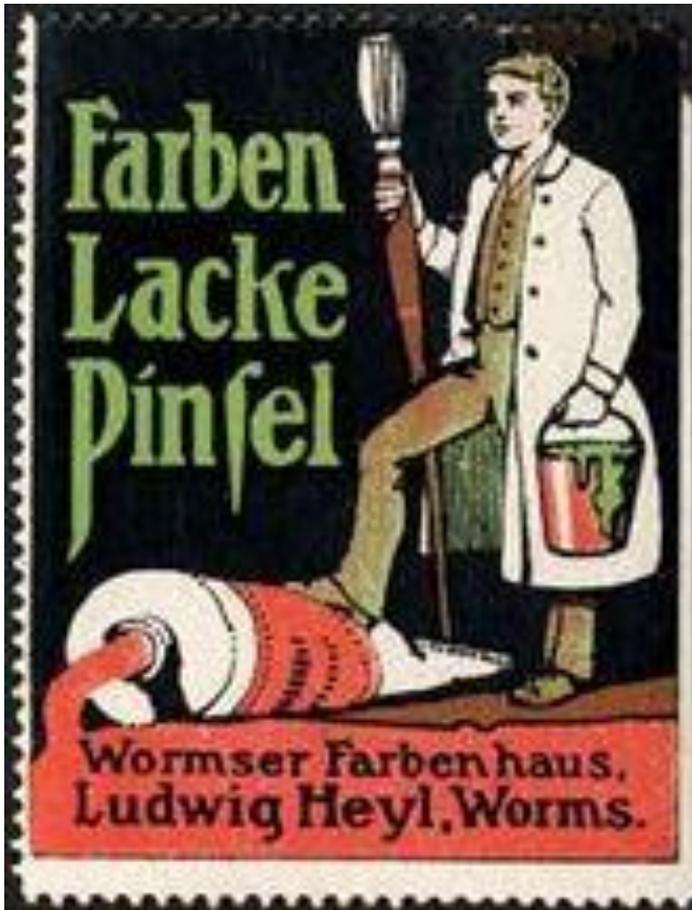


Wormser Sammlerpost

Ausgabe 67

Dezember 2021



Informationen für Mitglieder, Freunde und Förderer
des Briefmarkensammlervereins Worms e.V.

Liebe Leserinnen und Leser,

ein ereignisreiches Jahr 2021 geht in diesen Tagen zu Ende. Zwei erfolgreiche Lutherveranstaltungen, eine Präsentation der Nibelungenmarke und zumindest einige Tauschtreffen fanden statt. Im Sommer und selbst vor einigen Wochen hätten wir uns nicht träumen lassen, dass wir im Dezember unseren Tauschabend wieder absagen müssen. Auch wenn es gesetzlich grundsätzlich möglich gewesen wäre, dass wir uns treffen, so haben wir uns doch entschieden – es muss nicht sein, denn wir wollen Kontakte reduzieren.

In dieser Ausgabe finden unsere Mitglieder ein kleines Weihnachtspräsent – wir hoffen, dass Sie Verwendung dafür haben.

Was bringt uns das neue Jahr? Zunächst einmal eine neue Dauerserie, die 13. Ausgabe von Dauermarken seit 1951 der Posthornsatz erschienen ist. Eine Erhöhung des Briefportos nutzt die Post, um diese Serie zu verausgaben. Ob die Marken gefallen – nun, das muss jeder selbst entscheiden. Stand heute, im Dezember, planen wir wieder Tauschtreffen ab Januar und auch unseren Ostertauschtag, bei dem die Hälfte der Tische schon jetzt belegt ist. Bitte verfolgen Sie die aktuelle Presse dazu.

An dieser Stelle wünschen wir Ihnen ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Start in das Jahr 2022 und: bleiben Sie gesund.

Mit freundlichen Grüßen

Der Vorstand

Die Wormser Sammlerpost wird herausgegeben und gestaltet von Markus Holzmann (AIJP) im Auftrag des Vorstandes. Verantwortlich für den Inhalt : Ernst Holzmann

Briefmarkensammlerverein Worms e.V.

Höhlchenstraße 27

67551 Worms-Horchheim

Tel.: 06241-36641 Mail: Briefmarken-Worms@t-online.de

www.briefmarken-worms.de

Erfolgreiche Präsentation der Nibelungen- Briefmarke



Schlange stehen für den Markenverkauf

Drei Millionen Mal wurde sie im Auftrag des Bundesfinanzministeriums gedruckt. Gemeint ist die Nibelungenbriefmarke, die am Donnerstag, dem 7.10. bei einem Aktionstag des Briefmarkensammlervereins der

Wormser Öffentlichkeit präsentiert wurde. Das Thema Nibelungen ist die vierte Marke, die das Ministerium, der offizielle Herausgeber von Briefmarken in Deutschland, in der Serie „Deutsche Sagen“ verausgibt.

„Es war richtig viel los, schon vor dem offiziellen Beginn um 10.00 Uhr gab es eine lange Schlange an Besuchern, die die Marke erwerben wollten“, so Markus Holzmann vom Briefmarkensammlerverein. Dabei waren nicht nur Sammler, die sich die Marke mit einem besonderen Ersttagspoststempel entwerfen lassen wollten, sondern auch Postmitarbeiter, die vor Ort waren, mehr als tausend Mal abschlagen mussten, sondern auch viele Wormser, die erzählten, dass sie mit der Marke



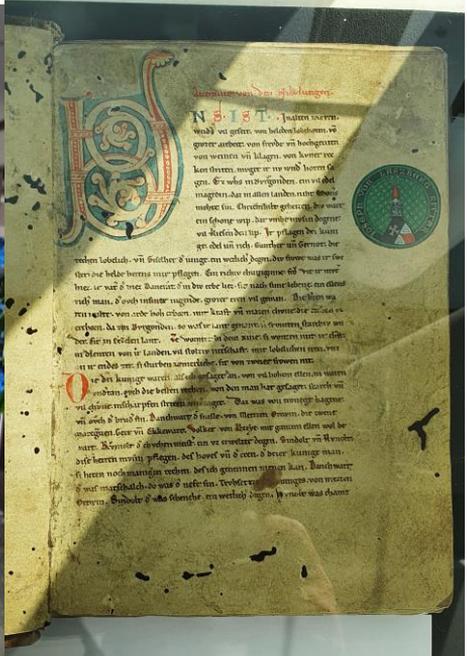
ihre Post frankieren wollen. Und dabei, so Holzmann, sehen die Marken nur äußerlich gleich aus – jeder der aufgedruckten Digitalcodes ist verschieden, so dass man mittels einer App nach

dem Scannen seinen Brief verfolgen kann und Informationen zum Motiv erhält.

Gut besucht war auch die Ausstellung des Vereins, in der Markus Holzmann viele Schätze zum Thema Nibelungen aus seinem Fundus zeigte. Im Mittelpunkt der Schau, standen Ansichtskarten, wie etwa mit Filmszenen aus dem Stummfilm „Die Nibelungen“ von Fritz Lang aus den 1920er-Jahren oder Sammelbilder über die Sage, die die Horchheimer Firma Pfeiffer

und Diller an Kunden verteilte. Und natürlich war auch die Briefmarkenserie selbst mit den Nibelungen und den vorherigen Ausgaben „Loreley“, „Rattenfänger von Hameln“ und „Die Heinzelmännchen“ zu sehen,

genauso wie Handschriften aus der Stadtbibliothek, Bücher aus dem Worms Verlag und Tusche-Minikunstwerke aus dem Nibelungenmuseum zu sehen waren.



Hohe Auszeichnung für Markus Holzmann

Völlig überrascht war Markus Holzmann, der Schatzmeister des Briefmarkensammlervereins Worms, als ihm, in seiner Funktion als Landesvorsitzender der Briefmarkenjugend in Hessen bei einer Gruppenleiterausbildung die Verdienst-medaille des Verbandes in Gold überreicht wurde.

Gerade hatte Holzmann dabei selbst noch eine Auszeichnung übergeben, als Vorstandskollege Franz-Josef Brand das Wort ergriff, hatte der restliche Landesvorstand des Verbandes eine Überraschung für seinen Vorsitzenden bereit. Ohne ein Wort im Vorfeld zu verlieren, hatte man eine Auszeichnung für Holzmann mit der Verdienstmedaille in Gold vorbereitet. „Wenn es einer verdient hat, diese nicht oft vorkommende Medaille zu erhalten, dann Du“, so Franz-Josef Brand bei der Übergabe, „denn ohne Dich würde unser Verband nicht so sein, wie er aktuell da steht, mach so weiter“. Brand erinnerte an die

vielfältigen Aktivitäten Holzmanns in den mehr als 20 Jahren Vorstandsarbeit, wie die Organisation der jährlichen Ausbildungsseminare der Jugendgruppenleiter:innen, die Planung von überregional beachteten Veranstaltungen wie eine Comic-Stamp-Arena beim Philatelistentag in Bensheim im Jahr 2019 oder die vielen kleinen Ideen, wie Samentütchen im Frühjahr, die er entwickelt, um die Verbandszeitschrift Leophilis Welt immer wieder mit neuen Dingen überraschend aufzuwerten.

Holzmann selbst versprach, weiterhin kreative Ideen für den Verband zu entwickeln und seine Arbeit fortzusetzen, bevor er zur Fortsetzung des Seminars trommelte – der Stoff des Tages, das Thema Cybermobbing und der Umgang damit, stand auf der Tagesordnung.



Foto Natalie Brand: v.l.n.r Markus Holzmann, Franz-Josef Brand

Reklamemarken aus Worms



Reklamemarke mit Wappen von Worms und rückseitigem Druck zur Vorstellung des Motivs

Was sind eigentlich Reklamemarken?

Vor allem im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts waren Reklamemarken sehr verbreitet und allgemein bekannt:

Reklamemarken sind eigentlich nur ein wenig größer als Briefmarken. Häufig haben Reklamemarken einen gezahnten Rand (auch Perforation genannt) und sind – wie auch die Briefmarke – auf der Rückseite zum Aufkleben gummiert. Diverse Marken wurden in Millionenaufgaben in Europa und

in den USA gedruckt. Man schätzt, dass allein in Deutschland bis 1914 etwa 250.000 verschiedene Reklamemarken erschienen sind. 1913 wurden allein in Deutschland 50.000 verschiedene Reklamemarken hergestellt. Ende des Ersten Weltkriegs wurden sie durch die aufkommenden Zigarettenbilder abgelöst.

Zwischen 1918 und 1945 wurde fast keine Produktwerbung mehr mit Marken betrieben. Weiterhin erschienen Marken jedoch zu vereinzelt Ausstellungen und Veranstaltungen. Die letzten

bedeutenden Auflagen erschienen in den 1960er Jahren.



Reklamemarken als Produktreingabe und auf Programmheften

Reklamemarken dienten vor allen Dingen der Produktwerbung. Manchmal sollten die bunten Klebmarken aber auch auf Veranstaltungen wie z.B. Ausstellungen aufmerksam machen. Reklamemarken wurden immer beliebter innerhalb der Bevölkerung und wurden schon bald wie Briefmarken gesammelt und natürlich auch getauscht. Viele Produkte wurden als Dreingabe mit Reklamemarken versehen und gerade Kinder drängten sehr darauf, Waren mit Reklame-

marken einzukaufen. Auch auf Seifen- oder Parfumschachteln wurden Reklamemarken als schmückendes Siegel sehr gerne eingesetzt.



Aber auch praktisch wurden die Reklamemarken gerne verwendet. Denn man konnte damit einen Brief verschließen und dadurch optisch aufwerten. Eine weitere praktische Anwendung fanden Reklamemarken in Theatern, Opern- und Konzerthäusern. Hier wurde das Programmheft mit einer – meist handelte es sich um Werbung für Sekt oder Schokolade – Reklamemarke am Schnitt versiegelt. Dadurch war der Käufer sicher, dass er nicht für ein gebrauchtes Programmheft bezahlt hatte.

Die Reklamemarke als Sammelbild



Zur Reklamemarke gesellten sich alsbald auch die weit verbreiteten Reklame-Sammelbilder. Sie wurden in der Regel auf stärkerem Karton gedruckt und hatten auf der Rückseite einen, das Bild erläuternden Text mit Marken- oder Produktname. Dennoch ist die papierene Reklamemarke auch in der heutigen Zeit noch beliebter und weist oft auch ein deutlich höheres künstlerisches Niveau in der grafischen Gestaltung auf. Zwischen 1900 und 1915 gab es weit mehr Sammler von Reklamemarken als von Briefmarken.

In Amerika entstanden mehr als 1.000 Clubs zum Sammeln der begehrten Reklamemarken.

Reklamemarken sind künstlerische Miniaturausgaben von Plakaten

Die Reklamemarke ist im Prinzip immer auch eine Miniaturausgabe des entsprechenden Werbe-Plakats. Zahlreiche Beispiele belegen, dass ein Plakatmotiv gleichzeitig auch auf einer Reklamemarke verbreitet wurde, was wiederum den Wiedererkennungswert des neuen Produktes steigerte. Doch Plakate wurden zumeist schon bald wieder überklebt und nur wenige Exemplare überlebten bis heute.

Reklamemarken dagegen, wurden meist gut geschützt in Alben aufbewahrt und sind daher auch heute noch in großer Anzahl existent – und als Sammelgebiet neu zu entdecken. Das Aufkommen von Reklamemarken fällt mit neuen Einflüssen in der Bildenden Kunst zusammen. Sie waren Erzeugnisse

der angewandten Grafik. Sowohl Jugendstil, Expressionismus und Futurismus, als auch Art Deco oder Neue Sachlichkeit haben die Gestaltung der Marken beeinflusst.



Kennen Sie zum Beispiel Ludwig Hohlwein Reklamemarken?

Namhafteste Gebrauchsgrafiker wie Ernst Deutsch, Lucian Bernhard oder Ludwig Hohlwein sind als Gestalter von Reklamemarken bis heute bekannt. Seltene Hohlwein Reklamemarken beispielsweise können in der heutigen Zeit sehr teuer verkauft werden. Ludwig Hohlwein (* 27. Juli 1874 in Wiesbaden; † 15. September 1949 in Berchtesgaden) war ein bedeutender Plakatkünstler,

Grafiker, Architekt und Maler. Er zählte zu den prominentesten und stilbildenden Vertretern der Reklamekunst. Insbesondere in Süddeutschland sind Hohlweins Werke häufig auch noch heute anzutreffen. Im Münchner Hauptbahnhof wird man durch die überlebensgroße Statue des Franziskaners empfangen, der noch heute den Hauptwerbeträger für die Franziskaner-Brauerei darstellt.

Reklamemarke – woher kommt der Begriff?

Die Bezeichnung Reklamemarke kommt aus den Anfangstagen dieser Werbe Bildchen. Damals waren sie viereckig und wie Briefmarken gezahnt. Später wurden die Druckbögen dann auch geschnitten oder gestanzt, so dass die Zahnung häufig überflüssig wurde.

Zusätzlich bediente man sich auch gern neuer Formen und so finden sich sehr schöne und seltene Marken zum Sammeln in

- rund
- dreieckig
- oder vieleckig.



Hier kann man von der Form her dann eher von einer Vignette sprechen. Eine Abgrenzung von Werbevignetten oder Reklamemarken zu Sammelbildern ist durch zwei Merkmale vorzunehmen:

- Reklamemarken oder Werbevignetten sind keine Serien, sondern meist Einzelmotive

- Sammelbilder waren nicht zum Aufkleben vorgesehen,
- Werbevignetten und Reklamemarken haben eine Gummierung.



Reklamemarken wieder entdeckt

Nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges entstand eine lange Pause für die Reklamemarken. Den absoluten Tiefpunkt in der Geschichte erlebte die Werbung in Deutschland in den 1950er und 1960er Jahren. Selbst in dieser äußerst trostlosen Zeit überlebte die Reklamemarke und erschien als Gelegenheitsmarke. In regelmäßigen Abständen wurden zu Ausstellungen, Messen und anderen Anlässen die Reklamemarken wieder gedruckt. Erst in den 1970er

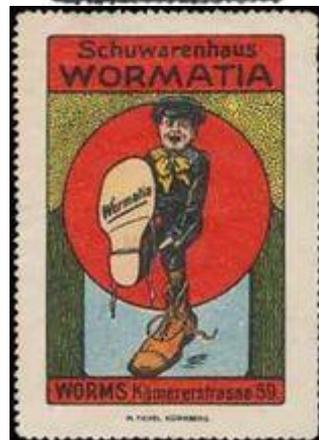
Jahren setzten auch erneut größere Unternehmen auf die Reklamemarken, um ihre Produkte von Künstlern wie z.B. Ludwig Hohlwein zu bewerben. Zu dieser Zeit erwacht die Reklamemarke zu neuem Leben, wenngleich sie in veränderter Form erscheint, so beginnt doch in diesem Jahrzehnt eine neue Glanzzeit für sie.



Die Reklamemarken in veränderter Form

In den letzten Jahren wurden von zahlreichen größeren Unternehmen die meistens etwas großformatigen Aufkleber verteilt, die zum Zweck der Werbung eingesetzt wurden. Sie sind nichts anderes als die

veränderten Nachfahren der Reklamemarken. Zwar besitzen sie nicht mehr den künstlerisch wertvollen Gehalt, doch können sie auch mit der ungebrochenen Lebenskraft überzeugen. Sie werden genauso wie damals wieder von Jung und Alt, Groß und Klein begeistert gesammelt.



Quelle: reklamamarken.org;
veikkos-archiv.com, ebay.de



Insgesamt 23 verschiedene Reklamemarken der Firma Pfeiffer und Diller aus Horchheim verzeichnet das Veikkos-Archiv



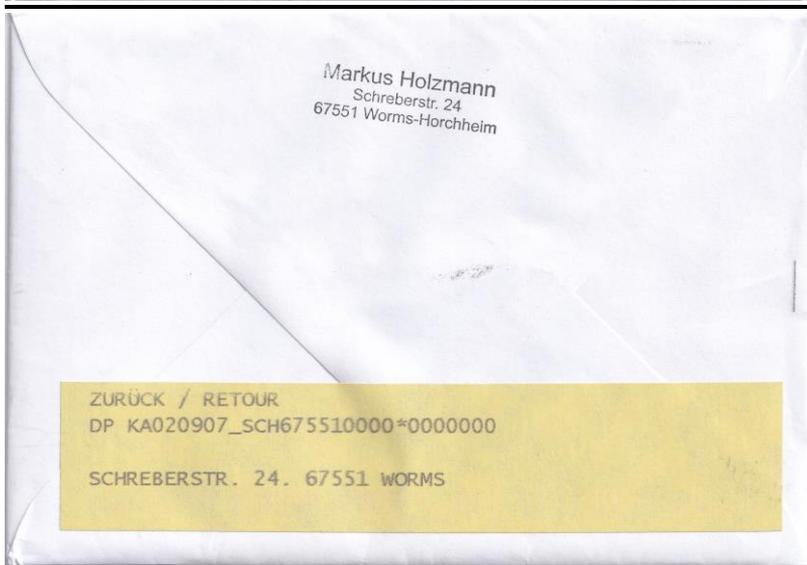
13 Motive sind von der Rhenus Kaffee-Essenz-Fabrik aus Worms bekannt



Die Zigarettenfabrik Oertge AG befand sich in der Alzeyer Straße 23 und 25 von Worms.

Kuriöse Post

Neulich im Posteingang – nanu der Empfänger ist nicht zu ermitteln.
Also zurück zum Absender. Aber was ist das denn, das ist ja die
gleiche Person, aber so entstand ein kurioser Beleg:



Neue Dauerserie in Deutschland

Markus Holzmann (AIJP)

Seit 16 Jahren gibt es wieder eine neue Dauerserie in Deutschland. Sie heißt „Welt der Briefe“. Die "Welt der Briefe" stellt die Vielfalt des Schreibens und der Nachrichtenübermittlung dar und löst die Reihe "Blumen" ab, die 2005 aufgelegt wurde und insgesamt fast 70 Motive beinhaltete. Insgesamt soll die Reihe in 2022 17 Motive umfassen, die in den kommenden Jahren entsprechend ergänzt wird. Alle Motive der neuen Dauerserie tragen einen Matrixcode, der jede Briefmarke zu einem Unikat macht. Ole Nordhoff, Leiter Marketing der Deutschen Post, sagt: "Nach 16 Jahren war es an der Zeit, endlich wieder einmal eine neue Dauermarkenserie aufzulegen. Zum einen war eine Anpassung nötig, weil wir seit diesem Jahr damit begonnen haben, alle Briefmarken mit einem Matrixcode zu versehen. Zum anderen wollten wir die Gelegenheit nutzen und neue, frische Motive kreieren, die zum Sammeln einladen und die Lust am Schreiben zu neuem Leben erwecken."

Gestaltet wurden die Briefmarken von Bettina Walter, die seit 2017 als Designerin für die Deutsche Post Briefmarken entwirft.

Die offizielle Herausgabe der gesamten Dauerserie war ursprünglich ab Januar 2022 geplant. Deshalb tragen auch alle bereits bekanntgegebenen Briefmarken dieser Serie die Jahreszahl 2022. Um Kunden die Möglichkeit zu geben, schon frühzeitig ihre Vorratskäufe tätigen zu können, werden die ersten Dauermarken mit den ab Januar 2022 geltenden neuen Briefpreisen jedoch bereits ab dem 2. Dezember 2021 als Zehnerbogen und Markensets erhältlich sein. Die komplette Umstellung aller Portowerte in der neuen Dauermarkenserie erfolgt bis zum 31. Dezember 2022. Die "Welt der Briefe" ist die 13. Dauerserie der Deutschen Post bzw. Deutschen Bundespost seit 1951.

So beschreibt die Post, die neue Serie: Künstlerisch, fantasievoll,

surreal – so lassen sich die Motive der neuen Postwertzeichen-Dauerserie „Welt der Briefe“ in aller Kürze beschreiben. Auf spielerische Weise verbindet sie die unterschiedlichsten Lebenswelten mit dem Brief, dem persönlichsten Botschafter der Welt, und kreiert ein originelles Gesamtbild, das zum Sammeln einlädt und die Lust am Schreiben zu neuem Leben erweckt.

Um den klassischen Brief kreativ in Szene zu setzen, eignet sich Origami, die Kunst des Papierfaltens, besonders gut. Denn aus Papier lassen sich nicht nur außerordentlich schöne Umschläge gestalten, sondern auch die verschiedensten Figuren. Wo die Kunst des Papierfaltens ihren Ursprung hat, lässt sich heute nicht mehr sagen. Es ist jedoch zu vermuten, dass sie genau dort entstand, wo auch das erste Papier hergestellt wurde: im alten China. Zu einer echten Kunstform entwickelte sich das Falten aber erst in Japan, wo der Ehrgeiz erwuchs, sich immer neue und kompliziertere Figuren auszudenken. Der heute geläufige Name „Origami“ kam

erst im 19. Jahrhundert auf und bedeutet so viel wie „gefaltetes Papier“. In Deutschland verbreitete es sich insbesondere durch den „Erfinder des Kindergartens“ Friedrich Wilhelm August Fröbel (1782–1852), der darin ein geeignetes Mittel sah, Kindern einen Sinn für Geometrie, Geschicklichkeit und Genauigkeit zu vermitteln. Schere und Klebstoff sind immer noch verboten.

Motive



Auf dem kleinen Postwertzeichenwert ist eine „Seebriefrose“ zu sehen, die aus mehreren Briefen zusammengesetzt wurde, in ihrem Inneren ein Bündel goldener Stifte birgt und friedlich auf einem Teich ruht, ähnlich den berühmten Seerosenbildern des französischen Malers Claude Monet (1840–1926). Jedes Jahr aufs Neue zieren die Schönheiten

etliche Teiche – nicht umsonst stehen sie für Wiedergeburt und Optimismus.



Ein Friedenssymbol ist die Taube, und zwar schon seit mehreren Tausend Jahren. Ebenso alt ist ihre Funktion als Bote. Dass Tauben einen außergewöhnlich guten Orientierungssinn besitzen und selbst über weite Distanzen hinweg wieder nach Hause fliegen war bereits im Altertum bekannt, weshalb die Vögel als Überbringer von Nachrichten dienten. Überall auf der Welt entwickelten sich immer wieder Taubenpostdienste, die von großer wirtschaftlicher, militärischer und politischer Bedeutung waren. Ende des 19. Jahrhunderts wurden erstmals sogar Taubenpostbriefmarken verwendet. Aufgrund der raschen Entwicklung moderner Kommunikationsmittel werden die besonderen Fähigkeiten der

Tiere heute fast ausschließlich in sportlichen Wettbewerben eingesetzt. Als Motiv auf Postwertzeichen ist die Brieftaube jedoch nach wie vor beliebt – oft mit einem Umschlag im Schnabel, dieses Mal sogar selbst als kunstvoll gefalteter Brief.



Für die Beförderung von Nachrichten gab es schon immer verschiedene Möglichkeiten. Eine der wichtigsten, insbesondere über weite Distanzen, war lange Zeit das Segelschiff, welches vom Altertum bis zum 19. Jahrhundert sowohl Güter als auch Personen transportierte – und eben auch Botschaften. Angeschoben von der Kraft des Windes waren Segelboote die ersten größeren Fortbewegungsmittel im Wasser und wurden höchstwahrscheinlich im alten Ägypten erfunden, um vornehmlich den Nil zu befahren. Während die Wikinger im frühen

Mittelalter auf Segelschiff- über das offene Meer bis nach Island, Grönland und Nordamerika gelangten, unternahmen berühmte Seefahrer wie Christoph Kolumbus, Ferdinand Magellan oder Vasco da Gama im späten Mittelalter darauf ihre Entdeckungsreisen. Abgelöst wurden sie erst durch Dampf- und Motorschiff. Einen ganz besonderen Stellenwert haben Postschiffe welche Inseln oder überseeische Gebiete vorrangig mit Post beliefern, aber auch Dinge des täglichen Bedarfs und Passagiere befördern. Vor allem für abgelegene Inseln stellen Postschiff manchmal die einzige Verbindung zur restlichen Welt dar. Auch deutsche Halligen werden bis heute auf diese Weise postalisch versorgt. Flüsse wie die Donau nutzen Postschiff ebenfalls – im Spreewald werden Briefe sogar per Kahn zugestellt. Die wohl bekanntesten Postschiffe sind die Hurtigruten, die seit 1893 die Orte der norwegischen Westküste verbindet. Auch wenn Postschiffe nicht vom Wind bewegt werden, erinnert der „Briefsegler“ als Motiv der Dauerserie „Welt der Briefe“

eindrucksvoll an die schwimmenden Boten.



Eine der unkonventionellen Methoden der Postbeförderung ist der Drachen. Heute in erster Linie ein Spiel- und Sportgerät, das vom Wind getragen wird, ist er doch mehr als das. Erfunden wurde die Ursprungsform aus Bambus und Seide wohl in China, und zwar bereits im 6. Jahrhundert v. Chr. Über Kaufleute kam der Drachen im 16. Jahrhundert nach Europa und verbreitete sich zu Beginn des 18. Jahrhunderts als Kinderspielzeug. Einen ungewöhnlichen Nutzen haben Drachen als Nachrichtenüberbringer. So gaben während mittelalterlicher Schlachten in Korea Zeichnungen auf Signaldrachen direkte Befehle an die Truppen weiter. Im Zweiten Weltkrieg trug der Kastendrache „Gibson Girl“, welcher Teil der Seenotrettungs-

ausrüstung für Flugbesatzungen war, eine dünne Notantenne in den Himmel und ermöglichte so die Übermittlung eines SOS-Signals. Auch heute noch können Drachen als Antennen-, Kamera- oder Messinstrumententräger Informationen übertragen. Sogar

auf die Entwicklung der ersten Flugmaschine hatte der Papiersegler – oder fantasievoll verarbeitet: der „Briefdrachen“ –, welcher im 18. Jahrhundert bei Experimenten eingesetzt wurde, einen nicht unerheblichen Einfluss.

Termine im Jahr 2022

<u>Tag</u>	<u>Datum</u>	<u>Beginn</u>
Januar entfällt		
Montag	14.02.2022	17.00
Montag	14.03.2022	17.00
Montag	11.04.2022	17.00
Montag	09.05.2022	17.00
Montag	13.06.2022	17.00
Montag	11.07.2022	17.00
Montag	12.09.2022	17.00
Montag	10.10.2022	17.00
Montag	14.11.2022	17.00
Montag	12.12.2022	17.00

Unsere Treffen finden im Bürgerhaus (Anna-Günther-Saal), Alter Marktplatz 1, Worms-Horchheim statt.

Südwestdeutscher Ostertauschtag

Montag, 18.04.2022 von 09-14.00 Uhr
Sport- und Kulturhalle Worms-Horchheim

Alle Termine vorbehaltlich der Möglichkeit diese durchführen zu können!