

Briefmarken Bilder

Die Visitenkarten der Herrschenden in den Bilderbüchern älterer Herren

Dies ist ein Bericht über eine Tagung des Berliner Zentrums für Literatur- und Kulturforschung (ZfL) in Zusammenarbeit mit dem Museum für Kommunikation Berlin, in dessen Räumen sie am 15. und 16. Januar 2016 stattgefunden hat.



Tagungsberichte signalisieren, was die Beiträge und die Debatten über sie beim Berichtsersteller ausgelöst haben. Der hat die Veranstaltung ja nicht nur mit Erkenntnisinteressen und Erwartungen besucht, sondern auch mit seinem Wissen über das Thema und seinen Einstellungen zu ihm. Um Lesern, die das möchten, eine Chance zu bieten, sich selbst zu orientieren, gibt es auf der Webseite des Philatelisten-Verbandes Berlin-Brandenburg (www.phila-bb.de), eine Version dieses Berichtes, mit der Zugänge zu Texten ermöglicht werden, die das Thema der Tagung betreffen. Darunter sind etwa die Ankündigung, die Medienberichte zur Veranstaltung und die Referate betreffende Texte, soweit sie erreichbar waren. Ein Abdruck dieser Information in diesem Heft verbietet sich aus Platzgründen.

In den Ankündigungen der Tagung wurde euphemistisch das Thema: „Philatelie als Kulturwissenschaft“ plakatiert. In der Veranstaltung ging es erfreulicherweise realistischer um Briefmarken als Untersuchungsgegenstand von Kulturwissenschaften. Die Philatelie mag eine „Wissenschaft für sich“ sein, eine Wissenschaft ist sie nicht. Die Lektüre der Ankündigung und die Durchsicht der Vortragsthemen brachten mich vorsichtshalber dazu, mir mein Verständnis von Briefmarken und Philatelie zu vergegenwärtigen.

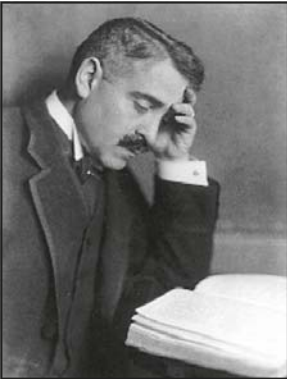
Die Funktion von Briefmarken: Sie dokumentieren einerseits, dass der Absender der zu befördernden Objekte die Kosten für die Beförderung bezahlt hat und andererseits, dass der Dienstleister damit die Verpflichtung übernommen hat, die Dinge zu befördern. Eingebettet gewesen ist dies in Deutschland über lange Zeit uneingeschränkt in den Postzwang, geregelt im Postregal.

Aus wirtschaftlichen Erwägungen, die Staatseinnahmen betreffend, und zur Sicherung der staatlichen Macht durch die Kontrolle der Nachrichten in Briefen und Presseerzeugnissen (Zensur), war rechtlich geregelt, was ausschließlich mit der staatlichen Post transportiert werden durfte: Verschlussene Postsendungen von einem Ort an einen anderen und ab dem 1. April 1920 auch Drucksachen und Ortspostsendungen sowie die „politische

Presse“ (Preußen ab 1852) und reichsweit die gesamte Presse (Reichspostgesetz 1871). Die Post war eine staatliche Hoheitsfunktion.

In Deutschland ist die Postbeförderung heute keine Aufgabe der staatlichen Leistungsverwaltung mehr. Sie ist vielmehr nach der Postprivatisierung durch den Postuniversaldienst geprägt. Er wurde rechtlich festgelegt, um nach der Privatisierung die flächendeckende Grundversorgung in einer vorgegebenen Qualität sicherzustellen (Grundgesetz Art. 87f, Postgesetz, Postuniversaldienstleistungsverordnung). Das Schwinden und die Abschaffung der Posthoheit des Staates haben möglicherweise Auswirkungen auf die Gestaltung von Briefmarken.

Die Bedeutung von Philatelie: Sie ist die Beschäftigung mit dem systematischen Sammeln von Briefmarken sowie mit Belegen für ihre Verwendung auf Postsendungen und mit deren Erforschung im Verlauf der Postgeschichte.



Als Kronzeugen für die kulturwissenschaftliche Relevanz des Untersuchungsgegenstandes Briefmarken haben die Veranstalter in der Ankündigung Walter Benjamin und Aby Warburg angeführt, „die unabhängig voneinander 1927 Überlegungen zur historischen, politischen und ästhetischen Bedeutung des Gegenstandes formuliert haben“.

links: Aby Warburg rechts: Walter Benjamin

Walter Benjamin hat in sein Buch „Einbahnstraße“ (1928) sein Stück „Briefmarken-Handlung“ aufgenommen, das im Oktavformat großzügig bedruckte vier Seiten füllt. Einer der in der Philatelie gern zitierten Kernsätze daraus: „Marken sind die Visitenkarten, die die großen Staaten in der Kinderstube abgeben.“ Und weiter: Briefmarkenalben seien „magische Nachschlagewerke“ und „Atlanten der Ideenwelt“.

Aby Warburg hat die Briefmarken als massenhaft produzierte „Bildfahrzeuge“ assoziativ mit anderem Bildmaterial zusammengefügt, um sie als „Ausdruck kollektiver Denk- und Vorstellungswelten“ – so der Text in der Ankündigung – ins Kalkül zu ziehen und dabei das Nachleben der Antike im Bild zu veranschaulichen; das war sein zentrales Anliegen.

Bringt man diese kurz gefassten Kernaussagen auf einen gemeinsamen Nenner, dann ist der Beiden Erkenntnisinteresse, herauszufinden, welche zentralen Aspekte der nationalen Identität eines Staates sich symbolisch in den Bildern der Briefmarken oder hinter ihnen entdecken lassen. Beim Nachvollziehen derartiger Betrachtungen tut man gut daran, sich an poetischen und interpretatorischen Formulierungs-Höhenflügen der Beiden zu erfreuen, danach aber nüchtern zurückzukommen zur Funktion der Bilder auf den

Marken, sie nicht aus dem Blick zu verlieren. Und dabei zu bedenken, dass die Marken von Produzenten (womöglich) absichtsvoll geschaffen worden sind und (womöglich) auf die Interpretationsmuster ihrer Betrachter stoßen. Nicht immer sieht der Betrachter, was der Künstler ins Bild gesetzt hat. Der heutige Betrachter früher Bilder sieht womöglich anderes als der der Renaissance.

Walter Benjamin (1892-1940) und Aby Warburg (1866-1929) waren Philatelisten wie du und ich; von Warburg ist mir aus der Lektüre in Erinnerung geblieben, dass in seiner Bibliothek die fortlaufenden Bestände dreier philatelistischer Fachzeitschriften erhalten geblieben sind. Beide haben sicher gekannt, was die damaligen Debatten in den Fachzeitschriften über den „Wert des Briefmarkensammelns“ zum Ausdruck gebracht haben. Weil es aufschlussreich sein kann, zu erfahren, welche Schnittmengen es zwischen den Erkenntnisinteressen der Sammler und denen der Anreger und Forscher gegeben hat, die sie ja in einer Person waren, ist im Folgenden der Ausschnitt einer Veröffentlichung von Alfred Moschkau dokumentiert. Er stammt aus dem Jahre 1878, ist also nicht einmal zehn Jahre nach der Gründung des ersten philatelistischen Vereins in Deutschland im Jahre 1869 erschienen.

Alfred Moschkau: Geschichte der Briefmarken und der Philatelie (Briefmarkenkunde). Nebst einer Beschreibung aller bekannten Wasserzeichen auf Briefmarken, Couverts etc.; Dritte gänzlich umgearbeitet Auflage, Leipzig 1878, S. 23.

Werth des Briefmarkensammelns

„Dr. John Edward Gray, Director des britischen National-Museum sagt: „Der Nutzen und der Reiz, irgend welche Art von Gegenständen zu sammeln, liegt darin den Geist zu sorgfältiger Beobachtung, genauer Vergleichung und richtigem Urtheil über die Verschiedenheiten und Aehnlichkeiten, welche sie zeigen, herauszubilden und dem Sammler Interesse an der Zeichnung oder Kunst, die bei ihrer Schaffung oder Verfertigung an den Tag gelegt worden, an der Geschichte des Landes zu erwecken, welches den gesammelten Gegenstand hervorbringt oder gebraucht. Die B r i e f m a r k e n bieten gute Gegenstände für alle Zweige des Studiums, da sie hinreichend verschieden sind, um breite Umrisse für die Classification an die Hand zu geben. Die Thatsache dass man aus so vielen Ländern Marken erhält, führt uns auf die Frage welches die Umstände waren, die zur Einführung derselben veranlassten, welches die Geschichte der Länder, die sie ausgaben, worin der Grund liegt, warum einige Länder (wie z.B. Frankreich) es für nötig gehalten, in so wenigen Jahren so viele Veränderungen anzuordnen während andere Länder nie Veranlassung hatten, dies zu thun.“

Die an diesen Postmarken vorkommenden Veränderungen weisen insgesamt auf irgend ein wichtiges geschichtliches Ereignis hin, z. B. die Thronbesteigung eines Herrschers, eine Veränderung in der Regierung oder die Einverleibung eines kleineren Staates in einen grösseren, eine Veränderung im Münzfuss u. s. w. Daher lässt sich eine Briefmarkensammlung betrachten, wie eine Münzsammlung, wie ein Auszug aus der Geschichte der civilisirten Völker während des letzten Vierteljahrhunderts und gleichzeitig, da sie große Abweichung in Zeichnung und Ausführung zeigen, wie eine Sammlung von Kunstwerken

in kleinerem Massstabe, da sie den Kunststyl der Länder charakterisieren, von denen sie ausgegeben wurden. Der Umfang der Sammlung und die Art und Weise, wie sie angelegt und gehalten ist, wird einen Fingerzeig liefern für die Betriebsamkeit, den Ordnungssinn und Reinlichkeitssinn und endlich den Geschmack des Sammlers.“

Die Bilder der Briefmarken zu kategorisieren, um sie zu interpretieren, war nach ihrer Einführung, beim Interesse dafür, nicht schwierig. Die Geldhoheit der Staaten wurde ergänzt durch die Posthoheit. Wie beim Geld waren es Hoheitszeichen, zugleich meist Nationalsymbole, die ihr Bild zunächst beherrschten. So hatten es Lexika schon in der Markenfrühphase nicht schwer, Wissen über die Bilder zu vermitteln.

Pierers Universal-Lexikon von 1857: „Briefmarken ... tragen auf der Vorderseite das Wapen des Staates od. das Brustbild seines Beherrschers mit der Angabe des Werthes, u. haben auf der Rückseite einen Gummiüberzug, der, befeuchtet, zum Aufkleben der B. auf die Vorderseite des Briefes dient.“

Der Brockhaus von 1884 in meinem Bücherregal vermittelt dies, Konsequenz der historischen Entwicklung, jetzt differenzierter: „Ein ... Wertzeichen besteht aus einem Stempel auf Papier, der meistens das Landeswappen, das Bildnis des Landesherrn, eines berühmten Staatsmannes (...), eine allegorische Figur, Embleme oder dergleichen und außerdem die Wertangabe in der betreffenden Landeswährung enthält.“

Wenn die allegorischen Figuren, personifizierte Bilder abstrakter Begriffe, als Nachfolger der Hoheitszeichen ins Bild treten, besteht Erklärungsbedarf. Den hat zum Start der Berliner Tagung Andreas Hahn vom Archiv für Philatelie in Bonn befriedigt, fragend, ob denn die Germania-Marken das Wesen der deutschen Nation zu Zeiten des Kaiserreiches gewesen seien? Germania ins Bild zu setzen, bedeutete den Verzicht auf die bisher vorrangig üblichen Hoheitszeichen. Dieser Verzicht war taktischer Natur. Der Reichsadler, dominiert von preußischen und hansestädtischen Vorläufern, sollte es genauso wenig sein wie ein Bildnis des Kaisers, um die Landesherrn Bayerns und Württembergs dazu zu bewegen, ihre eigenen Postverwaltungen mit eigenen Briefmarken aufzugeben, und die Reichspost mit ihren Postwertzeichen zu akzeptieren. Die Britannica auf den Marken der darin gar nicht so fernen englischen Verwandtschaft erleichterte den Verzicht auf Adler und Portrait. Motivbestimmend waren die Herrschaftsansprüche und der Herrscher bestimmte das Motiv selbst, wie die in diesem Zusammenhang immer gerne zitierte Schilderung des Markenentwerfers überliefert. Paul Eduard Waldruff: „Von der Tür ausgehend schreitet der Allerhöchste Kunstkenner in kaum vermindertem Tempo die Staffeleien ab, gefolgt von seinem Adjutanten. Wieder bei der Tür angekommen, macht der Kaiser kehrt, geht quer durch den Saal gerade auf die Germania zu und spricht, mit dem Finger kurz auf sie deutend das entscheidende und einzige Wort ›Die‹. Draußen war er.“

Dabei setzte sich ein Bild durch, das Andreas Hahn (in der Zeitschrift „Das Archiv“ 1/2009) so dargestellt hatte: „Selten hat eine Dauermarke so perfekt in die Zeit und ihren Geist gepasst wie der jugendstilig-historistische Entwurf des Grafikers Paul Eduard Waldruff. Dem säbelrasselnden Stil der deutschen imperialistischen Macht- und Kanonenbootpoli-

tik dieser unheilvollen Jahre vor dem Ersten Weltkrieg entsprach auf das vorzüglichste die mit Schwert und Brustharnisch bewehrte und mit einem Siegerlorbeer geschmückte Figur der Germania, die von ihrem eigenen Schöpfer leicht despektierlich „Germania mit dem Blechbusen“ genannt wurde. Und wird die hohle Großmannssucht und vermessene Welt herrscherattitüde des deutschen Kaisers und vieler politischen Eliten nicht auf das Feinste von der Tatsache gespiegelt, dass man als Motiv das Bild einer Schauspielerin, der in Hamburg geborenen Anna Fühling, gewählt hatte, die den Kaiser mit ihrer patriotischen Rolle der Germania am Theater und bei öffentlichen Auftritten stark beeindruckt hatte?“



links: Waldruffs Entwurf für die Germania-Marke
rechts: Germania 1900, MiNr. 2708

Welch ein Kontrast zur bewegt (Freiheitsfahne) und anmutig (entblößte Brust) dargestellten Marianne, Allegorie der französischen Republik! Germania war Schlachtenjungfrau – Walküre – und gepanzerte Volkmutter geworden. Anfangs, bei den Römern, war sie nicht mehr als ein Bild für die deutschsprachigen Völker, charakterisierte das Verbreitungsgebiet der deutschen Sprache, war dann die heldenvolle Braut Hermanns des Besiegers der Römer, Personifikation des ersehnten deutschen Nationalstaates, Freiheitstraum der 1848er, zurechtgestutzt schließlich auf die kleindeutsche Lösung. (Gelernt von Bettina Brandt, „Germania und ihre Söhne“.) Sinnvoll ist es schon, beim Verfolgen solcher Traditionslinien an den Anfang zurückzugehen, bei uns die Antike. Es hilft zur Interpretation des Bildes aber nichts, wenn man die gesellschaftlichen Veränderungen, den politischen und sozialen Wandel, die historischen Umbrüche und Krisen außer Acht lässt, denn sie verändern auch Mentalitäten und Deutungsmuster. Das war meine Lehre aus Andreas Hahns Vortrag.

Die (organisierten) Philatelisten waren damals und noch lange Zeit überwiegend ältere Herrn aus dem Bürgertum, ein Blick auf das Foto des IPOSTA-Arbeitsausschusses 1930 im Artikel über Friedrich Wichmann in diesem Heft bestätigt das. Sie



Karte des österreichischen „Deutschen Schulvereins“ mit Germania Marke MiNr. 85 I und privater Germania-Vignette, Stempeldatum nicht lesbar, zu datieren zwischen 1910 und 1913
Quelle: Dieter Tschimmel

steckten diese Marken einer Blechfigur in ihre zum Ausgleich mit Nymphen geschmückten Alben, um aus ihnen Bilderbücher zu machen. Eine Marianne hatten sie womöglich nicht eingesteckt, denn der Panzer von Germania sollte die ja – antifranzösische Signal! – vor der Entblößung durch Frankreich retten. Aber selbst bei Marianne ist bei der Bilddeutung Vorsicht geboten. Ihre phrygische Mütze (später das phrygisch geordnete Haar der Semeuse – Säerin – auf den Briefmarken) ist die Folge eines Irrtums der Jakobiner. Sie dachten, sie sei im alten Rom von freigelassenen Sklaven getragen worden, aber das ist ein Pilleus gewesen, eine Mütze aus Filz. So machten sie die phrygische Mütze zum Symbol für Freiheit und Republik, wo sie, gefertigt aus gegerbtem Stierhoden und umgebendem Fell, doch als Symbol die Kraft des Stieres auf den Träger übertragen sollte. Die Deutungsfallen warten allerorten.



Heartfields Vignette auf der MiNr. 2708 der DDR von 1982

Detlev Schöttker vom Mitveranstalter ZfL berichtete - Germania kontrastierend - über die Bezüge zweier kommunistischer Brüder zur Philatelie: John Heartfield und Wieland Herzfelde. Zur Emigration gezwungen, um am Leben zu bleiben, überlebte Herzfelde, weil er in seinem kleinen Laden in New York Briefmarken verkaufte. John Heartfield nutzte die Form von Briefmarken, Postwertzeichen waren es nicht, für den Kampf gegen den Nationalsozialismus in der exilierten Prager „Arbeiter Illustrierte Zeitung“ (AIZ). Eine seiner derartigen Graphiken wurde dann in der DDR doch noch zum Bild auf einer Briefmarke.

Gottfried Gabriel, Friedrich-Schiller-Universität Jena, demonstrierte in seinem Vortrag „Die politische Bildersprache der Briefmarke“ am Beispiel der Darstellung des Brandenburger Tores auf Briefmarken der Weimarer Republik, des NS-Regimes und der deutschen Nachkriegsstaaten auf welcher augenfälligen Weise in unterschiedlichen Gesellschaftssystemen selbst in neuerer Zeit die Briefmarken für Propagandamöglichkeiten genutzt werden können. Keinem Thema konnte man als Berliner Teilnehmer aus eigener Anschauung besser folgen. Die Mauer existierte auf Briefmarken beider deutscher Staaten nicht, so die Thesen Gabriels, weil die DDR, beschönigend und verdrängend, das Bauwerk nicht einmal zu von ihr begangenen Jubiläen der Errichtung des „antifaschistischen Schutzwalls“ auf Briefmarken abbilden wollte, und weil die Bundesrepublik die ideale Vision des Brandenburger Tors als Symbol der deutschen Einheit - unversehrt - freihalten wollte von der realen Beeinträchtigung. Was für ein Ausgangspunkt zur Erörterung von



Fragen nach den Gründen dafür, was die Politik der Regierungen im Hinblick auf die Einigung bewirkte? Wenn das Volk der DDR nicht gewesen wäre ... ?

Für den zeitgeschichtlich interessierten Philatelisten, der die Botschaften der Bilder der Mächtigen in den Ländern der Welt entschlüsseln möchte, insbesondere in den historischen und aktuellen Krisenregionen, und dies womöglich auch unter lohnenden pädagogischen und didaktischen Aspekten zur Nutzung im Unterricht, begann ein ausführlicher Veranstaltungsteil, der aufregend anregend war. Aber zugleich beförderte dieser Teil die Erkenntnis, dass dies ein Aspekt des Briefmarkensammelns ist, der in Kinderstuben nicht zu verwirklichen ist. Da ist Moschkaus reifere Jugend am Zuge, die älteren Herren sind es auch, wenn es gelingt, sie dafür zu interessieren.

Das waren die Vortragenden und die Themen, die sie präsentierten:

Oliver Götze, Öffentlichkeitsarbeiter des Berliner Museums für Kommunikation, über die Fiume-Episode des faschistischen Dichters D'Annunzio und was man über seine Vorwegnahme wesentlicher Elemente des Faschismus in Italien und des Nationalsozialismus von den Briefmarken Fiumes erfahren kann.

Das ist ein Thema, das immer wieder in Warburgs Bildtafeln auftaucht: Die propagandistisch überladenen Briefmarken des faschistischen Italiens, die ihn vielleicht faszinierten. Die Herausgeber seiner Werke aber reklamieren das Erschrecken vor diesen Botschaften für Warburg. Auch vor der Strafandrohung bei verweigerter Gefolgschaft, wie sie die Rutenbündel signalisierten. Die Schreckensherrschaft war öffentlich angekündigt. Nach innen: Hoffnung, dass die eine Gerte brechen könne, gibt es nicht, das Rutenbündel birst nicht. Nach außen: Das im „fascis“ steckende Henkersbeil bringt den sicheren Tod.



links: Italien, aus der Serie zum 10jährigen Jubiläum 1932 des Marsches der Faschisten auf Rom. Die Rutenbündel bilden den Rahmen. MiNr. 382.
rechts: Wappen des Schweizer Kantons St. Gallen.

Das sind die unbestrittenen Botschaften der Bilder von Rutenbündeln im Sinne D'Annunzios und später Mussolinis. Im Kontext wesentlich anderer gesellschaftsgestaltender Konzepte senden sie andere Signale aus. Sie waren beispielsweise Symbole der Französi-

schen Revolution und der Helvetischen Republik. Der Schweizer Kanton St. Gallen wählte als Wappen die helvetischen „fasces“ und erläutert sie so: Die acht Stäbe, von denen heute fünf zu sehen sind, symbolisieren die acht ehemaligen Bezirke des Kantons, die Bänder den Zusammenhalt und das Beil die gemeinsame Stärke. Nicht das Bild lügt, sondern die Deutenden lügen, wenn man es nicht in seinen historischen gesellschaftlichen Kontext stellt.

Das wurde im folgenden Veranstaltungsteil demonstriert: Die Briefmarken der behandelten Länder wurden in den historischen Zusammenhang gestellt, mit den gesellschaftsge-

staltenden Konzepten der Herrschenden verbunden und mit deren kulturellen Traditionslinien verknüpft, um Verständnis dafür zu vermitteln, wie das Symbol aufs Bild kam und was es dem Betrachter zeigen sollte. Fortgesetzt wurde so Oliver Götzes Fiume-Beitrag von

- Franz-Josef Pütz, Stellvertretender Vorsitzender unseres Philatelisten-Verbandes Berlin-Brandenburg, mit seinem Beitrag über Afghanistan, durch Selbststudium und persönliche Kontakte mit Land und Leuten bestens vertraut,
- Roman Siebertz, Abteilung Islamwissenschaft und Nahostsprachen der Universität Bonn, über den Iran, übrigens auch Thema seiner Doktorarbeit („Die Briefmarken des Iran als Mittel der politischen Bildpropaganda“), und
- Silke Plate, Forschungsstelle Osteuropa der Universität Bremen, über die „Untergrundbriefmarken“ der polnischen Oppositionsbewegung der 1980er Jahre referierte, worüber sie ihre Doktorarbeit schreibt. Briefmarken waren es nicht, die die polnische Oppositionsbewegung in den 1980er Jahren gegen die Zensur und das Propagandamonopol des polnischen Staates produzierte. Und dennoch ist es nachvollziehbar, dass die Propagandamarken Briefmarken genannt wurden, weil der Untergrund so Erinnerung an die „Streikpost“ und die „Interniertenpost“ und deren Briefmarken wachrufen wollte. Die Bundesarbeitsgemeinschaft Polen im BDPH hat einen Aufsatz Silke Plates zum Thema in ihrem Mitteilungsblatt 86 vom Juli 2014 (S. 19-31) veröffentlicht.



Abb. 10: Untergrundbriefmarke der Solidarność Post [1987].
Archiv der Forschungsstelle Osteuropa an der Universität Bremen. Signatur: FSO 02-05.

Aus Silke Plates Text für die ARGE Polen

In diesen Beiträgen wurde anschaulich gemacht, dass man die Markensprache nicht versteht, wenn man die Geschichte, Kultur und ihre Tradition – das ist in vielen Teilen der Welt nicht die Antike – die sozialen Verhältnisse, die politische Ordnung und die gesellschaftsgestaltenden Konzepte der Herrschenden eines Markenlandes nicht versteht. Fürchten muss man sich vor diesen Anforderungen nicht: Bilddeutung und Kenntniserwerb sind ein dialektischer Prozess, dessen Tempo der Suchende bestimmt.

Der Samstag begann mit einem Themenkomplex, der aus meiner Sicht den Teilnehmern den Zugang zu Aby Warburg und seiner Bildwissenschaft ermöglichen und erleichtern sollte. Von Warburg sind Anordnungen von Bildern überliefert, aber keine geschlossenen Texte dazu. Dass Hilfe zum Verständnis notwendig ist und doch nicht notwendigerweise Warburgs Intentionen trifft, also dazu doch nichts hilft, macht die Einleitung des Herausgebers von Band II.1 (S. VII ff.) der Gesammelten Schriften Aby Warburgs, Martin Warnke, deutlich. Er kommt, nach Aufbietung aller Erkenntnisse aus den verstreuten Zettelwirtschaften Warburgs im Londoner Warburg Archiv, um den Bilderatlas zum eindeutigen Sprechen zu bringen, zu der Mitteilung an den Leser, dass all seine erkenntnisfördernden Hinweise den Leser nicht dazu verführen sollten, zu glauben, dass sie Warburgs Positionen mit Sicherheit trafen. Es bleibt aber Warnkes lohnender Text.

Die Helfer bei der Warburg-Rezeption: Steffen Haug, Institut für Kunst- und Bildgeschichte der Humboldt-Universität Berlin, Michael Diers, Institut für Kunst- und Bildgeschichte

der Hochschule für Bildende Künste Hamburg und am gleichnamigen Institut der HU, beide Herausgeber von Schriften Warburgs, und Frank Zöllner, Institut für Kunstgeschichte der Universität Leipzig, 1983-1985 Aby-Warburg-Stipendiat am The Warburg Institute der University of London, wohin Warburgs Kulturwissenschaftliche Bibliothek vor den Nazis gerettet werden konnte. Frank Zöllners Artikel „Aby Warburg und die Briefmarke“ ist in der FAZ am 27. Juni 2012 erschienen.



Tafel 10 aus Aby Warburgs Bildreihe „Die Funktion der Briefmarkenbilder im Geistesverkehr der Welt“. Die Klebefalze markieren die Position dreier abgefallener Objekte.

Venus“ und „Frühling“: eine Untersuchung über die Vorstellungen von der Antike in der italienischen Frührenaissance.“

Was Warburg vermitteln wollte ist für den Warburg-Laien deshalb so schwer zu verstehen, weil jener die Bilder als Zitate zuhauf dokumentierte, aber unterließ, in fester Form zu hinterlassen, mithin argumentativ darzulegen, warum er zitierte.

Für den Verfasser, dem Warburg vor der Tagung nur gelegentlich in Feuilletons in den Blick gekommen war, ist Warburgs Beschäftigung mit dem Nachleben der Antike in Briefmarken womöglich auch sein Versuch gewesen, nach einer leidlich überstandenen schweren psychischen Erkrankung, die einen längeren Anstaltsaufenthalt erforderlich gemacht hatte, Mitte der 1920er Jahre wieder etwas festeren Boden unter die Füße zu bekommen. Briefmarken hat der 1866 geborene seit früher Jugend gesammelt, Fachzeitschriften ab der zweiten Hälfte der achtziger Jahre befinden sich in seiner Bibliotheks-Hinterlassenschaft. Und die Antikenrezeption der Renaissance, was sie aus den Symbolen der Antike gemacht hat, war das Thema seiner Dissertation. 1892 eingereicht, 1893 gedruckt, behandelte sie Botticellis Bilder „Die Geburt der Venus“ und „Frühling“. Titel: „Sandro Boticellis „Geburt der

Für Philatelisten von Interesse die Hinweise, auf welche Weise seine philatelistischen Neigungen ihm halfen, Zugang zu den Bildern zu bekommen:

- Die mit schwarzer Leinwand bezogenen Holztafeln, auf denen er seine Objekte anheftete, folgten dem Prinzip des Einsteckalbums, ermöglichten ihm die ständige Umsortierung bis zur gewollten Bild-Komposition und deren Deutung. Philatelisten werden frei-lich ins Feld führen, dass der Präsentation der Bildtafeln zwei entscheidende Qualitätskriterien des Übergangs vom Einsteckalbum zum Exponat fehlten: die anschauliche Gliederung und der vermittelnde Text.
- Warburg habe, so wie der Philatelist die erst sichtbar zu machenden Wasserzeichen suche, die hinter den Bildern liegenden symbolischen Gehalte gesucht und entdeckt.

Isabella Woldt vom Londoner Warburg Institute demonstrierte den Nutzen dieser Vorgehensweise: Sie machte möglich, die zu Repräsentations- und Propagandazwecken angefertigte großformatige Brüsseler Tapissérie mit ihren Personifikationen von idealen Eigenschaften mit den Kleinkunstwerken Briefmarken zugleich ins Bild zu setzen, um so die lange Wanderung der Allegorien durch die Zeiten zu demonstrieren.

Tom Steinert, Institut für Architektur, Fachgebiet Architekturtheorie, der Technischen Universität Berlin, hat den Teilnehmern am Beispiel der Bauten-Briefmarkenentwürfe von Otto Rohse verdeutlicht, welchen Anforderungen man entsprechen muss, um ein Bild auf die Briefmarke zu setzen. Ein von Tom Steinert sehr anschaulich präsentiertes Problem ist dabei immer wieder, die Fälschungssicherung graphisch kunstvoll zu lösen. In Rohses Bildern waren das in der Regel die Guillochen, die verwundenen Linienzüge, Sicherheitsstreifen, die schon das Bild der ohnehin benachteiligten Germania beeinträchtigt hatten, bei den Bautenmarken aber kunstvoller eingebunden worden sind.



Das Treptower Tor in Neubrandenburg, Berlin MiNr. 247 aus dem Jahre 1964, von Rohse entworfen.

Am Schluss wurden die Besucher der Veranstaltung gewappnet, die Bedeutung der Philatelie in der Literatur und in der bildenden Kunst auch nach dem Nachhauseweg zu entdecken. Dirk Naguschewski, Leiter des Arbeitsbereiches Presse und Kommunikation im ZfL, präsentierte „Markenkunst“, Kunst im Format von Briefmarken, Markenverfremdung, Markencollagen, oder Yves Kleins „Timbre bleu“, der damit sein monochromes Ultramarinblau auch Philatelisten-gerecht präsentierte. Ulrike Vedder, Humboldt-Universität Berlin, Institut für deutsche Literatur, die dort das Fachgebiet Theorien und Methoden der literaturwissenschaftlichen Geschlechterforschung vertritt, präsentierte Thomas Pynchons „Die Versteigerung von No. 49“ und Philipp Roths „Die Verschwörung von Amerika“ zur Lektüre – problemorientiert, aber einladend. Doch den Reiz der Werke mit Philatelie-Bezug können die Leser beim Lesen selbst entdecken, wenn sie wollen.

Beim Schreiben über diese Veranstaltung fiel mir des Öfteren auf, dass der Verzicht auf die Untersuchung der Bildersprache von Briefmarken hinweg über die Zeiten der deutschen Geschichte und damit auch über die Entwicklung der politischen Systeme und des spezifischen Verhältnisses von Herrschern und Beherrschten, Regierenden und Regierten, aus

dem Blick geraten ließ, dass die Marken sich immer stärker von Hoheitszeichen und sinnstiftenden Allegorien, die die Gefolgschaft sichern sollten, entfernten, je mehr die Regierenden der Legitimation durch das Volk bedurften. Warburg hat das Verschwinden der Symbole beklagt. Das freilich ist ein Ausdruck der – mit Konjunktur und Krise und immer gefährdeten – sich verfestigenden demokratischen Willensbildung, die sicher nicht auf Nationalsymbole verzichten soll. Ihr Ergebnis aber soll mehr die Sicherung höchst verschiedener individueller und kollektiver Freiheitsrechte der Bürger sein als die zentrale Sinnstiftung von oben, auf die man freilich auch nie ganz verzichten kann.

In Krisenzeiten haben die Herrschenden in Deutschland bisweilen auch schon früher das Bild den Beherrschten überlassen. In den heftig systemgefährdeten und Wiederaufbau fordernden Nachkriegszeiten in Deutschland nach Beendigung der Weltkriege kamen Bauern, Arbeiter und Handwerker ins Markenbild. Dazu Max Osborn, der 1921 in dem Bändchen „Die Briefmarke als Kunstwerk“ die Ergebnisse des Wettbewerbs für die Freimarkenwürfe der neuen Weimarer Republik kommentiert hat: „Die Künstler, die sie ins Treffen führten, ließen sich von dem klaren und durchaus richtigen Gefühl leiten, dass in diesem Bezirk am ehesten ein schlagkräftiges Sinnbild für das darniederliegende Deutschland zu finden sein muss, dessen Trost und Rettung nur in der Heilswahrheit der Werte schaffenden Arbeit ruhen kann.“



Heinrich Heine, Französische Zone 1945, MiNr. 13

Und in jenen Zeiten haben die Herrschenden sogar Geistesgrößen ins Bild gesetzt: Komponisten, Dichter und Denker, um dem Kriegstreiben und dem Völkermord andere Seiten des Deutschen entgegenzusetzen. Von der französischen Besatzungsmacht war das nach dem Ende des II. Weltkrieges ein frühes philatelistisches Bündnisangebot vom Dezember 1945, gemeinsam mit Goethe, Schiller und Heine – „Enri Enn“ – an Traditionslinien der deutschen Kultur anzuknüpfen und sie in eine andere Zukunft fortzuführen. Das war zugleich auch eine Anregung, den Emigranten zurückzuholen, damit aus „un rien“ wieder Heinrich Heine werde.

Die Symbole haben nicht völlig ausgedient. Die mit dem antiken Vorleben freilich sind selten geworden. Denn die Organisation des Produktionsprozesses von Markenbildern nach dem Schwinden und erst recht nach dem Ende der staatlichen Posthoheit sichert als Verhandlungsergebnis die Berücksichtigung der Vorschläge relevanter gesellschaftlicher Interessengruppen – und wenn es für den sozialen Frieden denn unbedingt nötig ist, auch mal von Minderheiten. Das ist ein Prozess gewesen, der historisch relativ spät begann, wie die Entwicklung der thematischen Philatelie zeigt, die von Kleinigkeiten abgesehen, Ende der vierziger, Anfang der fünfziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts erst richtig eingesetzt hat. Versierete Thematiker unter Philatelisten können dabei unschwer mithalten, die Bilder zum Sprechen zu bringen. Ihnen fehlt es nur am zünftigen Dialekt, was unter dem Vermittlungsaspekt aber ein Segen ist.