

27. 7. 1920

A
1 Briefmarken

Geschichte der blauen Mauritius

Abreißkalender.

Die Briefmarke stand wieder einmal im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses und entfesselte Stürme im Schoß der Landesvertretung. Es muß also doch etwas dran sein, an dem Zauber, den diese kleinen Erzeugnisse der Graveurkunst auf Millionen von Menschen ausüben.

Eins ist bei den Briefmarken jedenfalls interessant: daß sie ähnlich, wie die Menschheit, gestaffelt sind. Das Proletariat, das sind die von 1, 2, 5, 10, 15 Centimes, muß fast die ganze Arbeit tun u. wird am schlechtesten bezahlt, die Aristokraten sitzen oben auf der Leiter, kommen nur sehr ausnahmsweise dran und wollen hundertmal höher bezahlt sein, als die andern.

Aber den Aristokraten gibt es noch die Könige und Königinnen und die Kaiser und Kaiserinnen. Ich hörte dieser Tage von zwei luxemburger Briefmarken-

königinnen, die für 250 Fr. das Stück gekauft wurden. Waren es blaue oder grüne 37½, ich vermag es nicht zu bestimmen. Ich bin, wie ich schon eingestand, in punkto Philathelie der krasseste Ignorant. Die Sammler interessieren mich viel stärker, als die Marken. Aber ich ahne, daß die luxemburger Marken mit Bruchzahlen, deren Beträgen Herr Meyens dieser Tage in der Kammer ankündigte, auf sämtlichen Briefmarkenbörsen der Welt darauf hin einen Riesensatz in die Höhe tun werden.

Die Kaiserin des ganzen Briefmarkenimperiums aber ist die blaue Mauritius, die ich kürzlich hier erwähnte. Das weiß jeder Laie. Die blaue Mauritius ist die Perle des Briefmarkengotha, der Semj heißt. Sie hat ihren Rang neben allen andern Monarchen der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Sie ist in ihrer Art das Höchste. Fast wäre sie einzig. Ich fand vor einigen Wochen die Geschichte der blauen Mauritius in der „Kölnischen Volkszeitung“. Sie ist so eigenartig, daß mich das spätere Geschick dieser Markenkaiserin nicht mehr wunder nimmt. Einige meiner Leser kennen die Geschichte vielleicht noch nicht. Diese Marke, von der kürzlich in Paris zwei Exemplare für zusammen 160 000 Fr. verkauft wurden, verdankt ihre Entstehung einer sogenannten „versoffenen Geschichte“. Die Marken der ersten Ausgabe wurden nur in ganz geringer Anzahl im Jahr 1847 angestrichen und sollten ausschließlich im lokalen Postverkehr der Insel Verwendung finden. (Die Insel Mauritius, die von 1715 bis 1810 französisch war und Ile de France hieß, ist seither britisches Besitztum.) Mit der Herstellung der neuen Marken war der Graveur Joseph Bernard betraut worden, der zwar als der leichtsinnigste Mensch und unverbesserlichste Trunkerböck berüchtigt war, an den man aber wohl oder übel herantreten mußte, da ein anderer Graveur nicht zur Verfügung stand. Nachdem er eingehende Anweisungen und Zeichnung erhalten hatte, begann Bernard mit der Arbeit, indem er auf einer Kupferplatte zur Rechten die Zwei Pence-Märke und auf die zur Linken die Ein Penny-Märke zeichnete. Da er aber den Text, der unter dem Worte Mauritius auf der Vorderseite der Marke seinen Platz finden sollte, vergessen hatte und die Vorlage nicht wiederzufinden vermochte, so machte er sich auf den Weg, um sich bei dem Postdirektor Rat zu holen. Als er vor dem Postgebäude angelangt war, fiel sein Auge zufällig auf die Aufschrift: „Post Office“. Wichtig, das war ja der Text, den er auf die Marke streichen sollte. Vergnügt ging er wieder nachhause, machte die Platten fertig und zog 500 rote und 500 blaue Marken ab. Man kann sich das Kopfschütteln denken, mit dem die Auftraggeber die Marken betrachteten, auf denen statt der Aufschrift „Post Office“ Porto bezahlt der sinnlose Text „Post Office“ stand. Guter Rat war teuer. Aber im letzten Augenblick kam dem Gouverneur der rettende Gedanke. Es sollte bei ihm am übernächsten Tage ein Empfang stattfinden, und so benutzte er denn die Unglücksmarken rasch entschlossen zur Frankierung der Einladungsbriefe. So kam es, daß die Insel mit Marken, die die Aufschrift „Post Office“ trugen, überschwemmt wurde. Man ging später dem Verbleib dieser Gebilde nach und konnte feststellen, daß noch zwei vorhanden waren. Zehn wurden ferner im Jahre 1899 im Nachlaß eines Weinhändlers, der in Geschäftsverbindung mit der Insel Mauritius stand, gefunden. Der jetzt in Paris für die beiden Marken bezahlte Preis ist der höchste, der je für eine Marke angelegt worden ist, schreibt der Gewährsmann der „Kölnischen Volkszeitung“.

Samstag 21. 7. 1920