

Jeder Staat legt Wert auf Repräsentation: Nur wer eine Fahne besaß, Grenzpfähle, eine eigene Währung, der gehörte früher zur Familie der souveränen Staaten. Es bedurfte einer Armee, die stramm stand, wenn das Staatsoberhaupt vorbeikam, und einer Nationalhymne, die in Augenblicken feierlicher Erhabenheit geblasen oder gesungen wurde. All dies diente der Legitimierung von Herrschaft im Innern wie auch zur Demonstration von Macht und Eigeninteressen gegenüber der Außenwelt.

Mit der Modernisierung des Postwesens im 19. Jahrhundert wurden auch Stempel und bald darauf Briefmarken zu einem Teil des symbolischen Repertoires von Staaten. Zunächst überstieg ihre Aussagekraft kaum die der Münzen – hier waren gekrönte Häupter zu sehen, das Staatswappen oder ein besonderes nationales Symbol. Erst mit der Zeit – und mit den Fortschritten der Drucktechnik – kam der Gedanke, dass sich Briefmarken auch hervorragend dazu eignen, umfangreichere Botschaften zu übermitteln: Sie können politische Ansprüche erheben,

# Was Briefmarken zu sagen haben

Das idyllische Polen: Diese Marke zum Thema Naturschutz zielt der heimliche Wappenvogel Polens, der Storch.

Erstausgabe 30.8.1973



Erstausgabe 1.4.1924

Der polnische Adler auf einer Briefmarke aus den letzten Monaten der Inflation in Polen.



Ideologien propagieren, an historische Ereignisse erinnern, den wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Fortschritt dokumentieren oder Zukunftsvisionen aufzeigen. Sie können aber auch ganz einfach nur politisch unverfänglich Landschaften oder Kunstwerke abbilden, manchmal werden daraus selbst kleine Kunstwerke.

In Zeiten, in denen ein Großteil der Kommunikation per Post erfolgte, besaßen Briefmarken und ihre Botschaften eine zentrale Bedeutung. Fast jeder Bürger, jede Bürgerin eines Staates kam mit ihnen in Berührung, riss sie vom Bogen ab, befeuchtete die Gummierung und klebte sie auf Umschläge und Postkarten. Und ebenso erhielten die meisten Menschen auf dem Postweg als Antwort Jahr für Jahr Dutzende, manchmal auch Hunderte von Marken. Sie wurden schon im 19. Jahrhundert zum Objekt



Erstausgabe 12.10.2000

Der Briefmarkenmensch: Mit dieser Marke erinnerte die Polnische Post im Jahr 2000 an das 50-jährige Bestehen des Polnischen Philatelistenverbands.

einer Sammelleidenschaft, wie es sie in diesem Umfang noch nie gegeben hatte – der Philatelie. Das Briefmarkenalbum zählte zur Grundausstattung vieler Haushalte. Und je seltener die Marken waren – sei es, dass sie in niedrigen Auflagen erschienen, sei es, dass sie aus entlegenen Ländern stammten, gestempelt oder postfrisch – desto begehrt wurden sie.

Seitdem bunte Bilder aus aller Welt im Internet kursieren, seitdem E-Mail und soziale Netzwerke die Kommunikation revolutioniert haben, ist die Bedeutung von Briefmarken zurückgegangen, aber immer noch spielen sie für die Symbolpolitik von Staaten eine wesentliche Rolle. In ihrer grafisch oft ansprechenden, inhaltlich höchst kondensierten Form sind sie eine faszinierende Quelle an der Schnittstelle von historischem, politischem und künstlerischem Interesse.

Unsere Ausstellung zeigt die Geschichte Polens seit 1918 im Spiegel seiner Briefmarken, denn 1918 war Polen als eigenständiger Staat wieder entstanden.

Das Deutsche Polen-Institut dankt Dr. Ortwin Pelc und Gabriele Pelc für die großzügige Schenkung der Briefmarkensammlung aus dem Nachlass von Maksymilian Pelc und Dr. Matthias Kneip dafür, dass er den Nachlass des Briefmarkensammlers Alexander Zipper zur Nutzung zur Verfügung stellte.

# Kein Staat, keine Marken. Polen vor 1918



Rings um den Adler ist auf Russisch zu lesen, was darunter auf Polnisch steht: „Za Łót Kop. 10“: Für ein Lot – ein bis zum Ende des 19. Jahrhunderts gebräuchliches Gewichtsmaß – 10 Kopeken.

Erstausgabe: 1.1.1860

Im Jahr 1860 gab es Polen als eigenständigen Staat nicht, denn das polnisch-litauische Reich war in drei Teilungen zwischen 1772 und 1795 von Preußen, Russland und Österreich annektiert worden. Dennoch erschien 1860 die erste und für lange Zeit auch letzte polnische Briefmarke. Das unter russischer Herrschaft stehende „Königreich Polen“ mit seiner Hauptstadt Warschau besaß noch gewisse Autonomierechte und wollte diese auch durch eine Briefmarke demonstrieren. Ihr Motiv zeigt das Wappen des Königreichs Polen, den doppelköpfigen Romanow-Adler, der wiederum den hier nur kaum sichtbaren polnischen Adler auf der Brust trägt.

Nach einer gegen die russische Teilungsmacht gerichteten Erhebung im Königreich Polen, dem „Januaraufstand“ von 1863/1864, wurden alle zentralen polnischen Behörden russifiziert. Deshalb wurde die erste polnische Marke im Frühjahr 1865 aus dem Verkehr gezogen und verboten. Stattdessen gab es von nun an wieder ausschließlich russische Postwertzeichen. Damit demonstrierte das Russische Reich seinen Herrschaftsanspruch in Polen.

Marke der österreichischen Feldpost, auf der mit dem zugefügten Aufdruck der Polnischen Post (hier: „Polska Poczta“) offenbar gezielt das Konterfei des österreichischen Kaisers Karl I. durch den Adler überdeckt werden sollte.



Erstausgabe mit Aufdruck: 31.12.1918

Anders als Kaiser Karl wurde die Germania auf dieser Marke nicht unkenntlich gemacht. Sie wurde von der Deutschen Reichspost zunächst als „Regionalmarke“ mit dem Aufdruck „Gen.[eral]-Gouv. [ernement] Warschau“ gekennzeichnet, wie der zwischen 1915 und 1918 von Deutschland verwaltete Teil des „Königreichs Polen“ genannt wurde. Der Überdruck der Polnischen Post (hier die später offizielle Bezeichnung „Poczta Polska“) sollte diesen Schriftzug sowie die Angabe „Deutsches Reich“ durchstreichen; hier ist er allerdings verschoben. Die Marke erschien am 5.12.1918, wenige Wochen nach dem Ende der deutschen Herrschaft.

In den beiden übrigen Teilungsgebieten galten die jeweiligen österreichischen, preußischen bzw. später deutschen Postwertzeichen. Erst im Ersten Weltkrieg veränderte sich die postalische Lage, und als Polen im November 1918 wieder entstand, überstempelte man aus Mangel an eigenen Marken kurzerhand die vorhandenen Marken der bisherigen Besatzungsmächte.



Erstausgabe mit Aufdruck: 5.12.1918