Siegburger Briefmarken Freunde e.V.
Mitgl. Nr. 05/065 im Philatelistenverband Mittelrhein e.V. im BDPh e.V.

Rüdiger Krenkel, Vorsitzender

INFO-BRIEF 4/2021

Liebe Mitglieder,

zum Zeitpunkt der Fertigstellung des Info-Briefs 4/2021 ist das Osterfest schon wieder vorüber. Bereits das zweite Osterfest im Zeichen der Corona-Pandemie, welches wir nur mit großen Einschränkungen feiern durften. Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht, aber so langsam möchte ich unser altes Leben, auch unser Vereinsleben wieder zurück haben. So hoffe ich jetzt doch sehr, dass es endlich mit dem Impfen vorwärts geht und die Pandemie zurückgedrängt werden kann. Mit dem nunmehr bereits vierten Info-Brief versuche ich, liebe Mitglieder, den Kontakt untereinander und das philatelistische Miteinander wenigstens ein bisschen aufrecht zu erhalten. Ich hoffe, dass ich Ihnen wieder einen bunten Strauß an philatelistischen und postalischen Informationen und Neuigkeiten bieten kann und wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen. Zudem erfolgt in Kürze die Herausgabe des 1. Phila-Reports Ende Mai.
Das Porto für diese Aussendung an unsere Mitglieder, die keinen Email-Anschluss haben, hat unser Sammlerfreund **Klaus Kelm** übernommen. Ein großes Dankeschön möchte ich meinem Stellvertreter **Dr. Jan Clauss** für seine hervorragende Pressearbeit aussprechen, dem es gelungen ist, mindestens in einem halben Dutzend philatelistischer und regionaler Zeitungen eine Meldung über das Erscheinen unseres Info-Briefes unterzubringen.

Der Philatelistenverband Mittelrhein e.V. berichtet:

Kürzlich bekam ich die Landesverbandsnachrichten Nr. 194 vom März 2021 des Philatelisten-verbands Mittelrhein zugesandt, dem wir auch angehören. Hochinteressant ist die hier veröffentlichte Statistik über die Vereine und den Mitgliederstand im Landesverband Mittelrhein. Am Ende des Geschäftsjahres 2020 gehörten dem Verband noch 48 Mitgliedsvereine an; aufgelöst haben sich wieder zwei Vereine, darunter sogar ein Verein (Briefmarkenfreunde Stolberg e.V.) der noch einen Mitgliederbestand von immerhin 14 Mitgliedern hatte. Von den 48 Vereinen haben allerdings 11 Vereine weniger als 10 Mitglieder, darunter ein Verein sogar nur noch drei Mitglieder (Briefmarkenfreunde Mechernich e.V.). Lediglich zwei Vereine haben noch über hundert Mitglieder, das sind die Briefmarkenfreunde Bonn e.V. mit 119 Mitgliedern und wir mit 114 Mitgliedern. Allerdings muss man hierbei erwähnen, dass die Bonner ein Zusammenschluss von drei Vereinen sind, der kürzlich erfolgt ist. Trotz einiger Zugänge verzeichnet der Landesverband Mittelrhein im Jahr 2020 (Mitgliederbestand 1.426) einen Rückgang um 104 Mitglieder, das entspricht 6,8% der Mitglieder von Ende 2019 (Mitgliederbestand 1.530). Bei fast allen Vereinen ist der Mitgliederstand gesunken, bei den Briefmarkenfreunde Bonn (von 130 auf 119) und den Briefmarken-Sammler-Verein MOSEL-MERKUR (von 105 auf 94) relativ stark. Bei uns beträgt der Rückgang von 2019 zu 2020 zwei Personen, von 116 auf 114 Mitglieder. Einen Wermutstropfen haben wir allerdings auch zu verzeichnen, lagen wir bei den Neuzugängen immer unter den ersten drei, sind wir dieses Mal nicht dabei, obwohl Platz 2 gerade einmal zwei Neuzugänge verzeichnet. Was aber viel dramatischer ist, ist der Altersdurchschnitt der Mitglieder, der bei 56 Jahren liegt. So ist von den 21 Neumitgliedern lediglich eine Person unter 30 Jahre. Auch bei uns schaut es leider nicht besser aus. Wir müssen daher verstärkte Anstrengungen unternehmen, dass unser

Mitgliederbestand nicht weiter absinkt und Neumitglieder werben. Hinsichtlich der Jugend bin ich zwischenzeitlich auch ziemlich ratlos. Nichtdestotrotz dürfen, nein müssen wir, nichts unversucht lassen, auch die Jugend mehr für unser Hobby wieder zu gewinnen.

Engelbert Humperdinck:

Die wohl bekannteste Persönlichkeit der Stadt Siegburg ist Engelbert Humperdinck, der am 1. September 1854 dort geboren wurde. Dieses Jahr jährt sich sein hunderter Todestag am 27. September 1921. Im Rahmen unseres geplanten diesjährigen Philatelistentages im September 2021 stellten wir bereits Überlegungen hinsichtlich der Herausgabe eines Sonderstempels und einer Marke Individuell an. Die SBF waren hier bereits des Öfteren tätig und haben einige schöne Stempel und Belege herausgebracht. Wer sich näher mit Engelbert Humperdinck beschäftigen will, dem sei die Zeitschrift „Damals“, Ausgabe 4/2021 empfohlen, die einen sechsseitigen Artikel seinem Leben und Werk widmet. Die Zeitschrift kostet 7,30 Euro.

Wir gratulieren herzlich:

Herrn Lothar Schmitz, Neunkirchen-Seelscheid, im April 80 Jahre
Herrn Klaus Bühne, Bad Honnef, im April 80 Jahre
Herrn Karl-Heinz Geilhausen, Etzbach, im April 80 Jahre

Wussten Sie schon, dass

- Bochum die Pakethauptstadt Deutschlands ist? Mit 39 Paketsendungen im Jahr an Privathaushalte liegt Bochum an erster Stelle. Zum Vergleich: In Berlin, Hamburg und Köln erhalten die Privathaushalte 31 Paketsendungen im Jahr, in München nur 22.
- die Biene Maja-Marke zum schönsten Postwertzeichen Deutschlands 2020 gewählt worden ist? Auf dem zweiten Platz landete die Briefmarke „Sesamstraße“, gefolgt von der Haselmaus.
- das der Osterhase so viel Post wie noch nie bekam? Die verschiedenen Weihnachtspostämter mit ihren schönen Stempeln, dürften vielen bekannt sein. Weniger bekannt sein dürfte, dass es auch ein Osterpostamt gibt, welches 1982 eingerichtet wurde. Dieses Jahr ist ein neuer Rekord erzielt worden, etwa 100.000 Kinder haben an Hanni Hase in 27404 Ostereistedt geschrieben. Der letztjährige Höchststand der Briefschreibeaktion mit 59.000 Zuschriften wurde damit bei Weitem übertroffen. 17 Freiwillige halfen in diesem Jahr mit, jede Kinderzuschrift mit einem österlich bunten Brief zu beantworten.
- die Deutsche Post AG erheblich von der Corona-Pandemie profitiert? Die Corona-Pandemie ist für viele Unternehmen ein wirtschaftliches Desaster, die Deutsche Post hingegen hat einen richtigen Pandemie-Boom und präsentiert Gewinnsummen wie nie zuvor. Nach dem Rekordjahr 2020 bleibt die Deutsche Post AG auch im laufenden Jahr auf Erfolgskurs. Im ersten Quartal 2021 konnte der Logistikriese das Ergebnis vor Zinsen und Steuern mit rd. 1,9 Milliarden Euro im Vorjahresvergleich mehr als verdreifachen. Ein Jahr zuvor betrug das Ergebnis im ersten Quartal 592 Mio. Euro. Bedingt durch die Pandemie und dem Lockdown kann nicht mehr so viel beim Händler vor Ort bzw. direkt eingekauft werden, weshalb der Einkauf über das Internet massiv zunahm.

Motivgruppe Musik e.V.: Wahl der schönsten Musikbriefmarke 2020

Auch in diesem Jahr lädt die Motivgruppe Musik (wir stellten diese kürzlich in unserem Phila-

Report vor) wieder alle Sammler ein, die schönste Musikbriefmarke des vergangenen Jahres zu wählen. Mehr als 60 Postverwaltungen haben sich 2020 an der philatelistischen Geburtstagsparty zum 250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven beteiligt. Aber es gibt musikalisch nicht nur Beethoven zu feiern gab. Der Vorstand der Motivgruppe Musik hat aus den rund 500 Ausgaben von 129 Postverwaltungen 66 Kandidaten ausgewählt, die jetzt unter dem Link www.motivgruppe-musik.com zur Abstimmung für die schönste Musikbriefmarke 2020 zur Wahl stehen. Die Abstimmung läuft bis zum 31. Juli 2021. Der Designer der schönsten Musikbrief-marke 2020 wird von der Motivgruppe mit der Yehudi-Menuhin-Trophy 2021 ausgezeichnet. Unter allen Teilnehmern an der Abstimmung wird wieder ein philatelistisches Geschenk verlost.

ArGe Geschichte der Deutschen Philatelie e.V.: Eigene Homepage jetzt freigeschaltet

Die seit einigen Wochen freigeschaltete Homepage www.geschichte-der-philatelie.de ist um die von der ArGe bisher verausgabten 13 Forschungsblätter ergänzt und zum Download unter www.geschichte-der-philatelie.de/forschungsblaetter/ bereitgestellt worden.

Die Arbeitsgemeinschaft sieht ihre Aufgabe im Zusammentragen, Dokumentieren und Nachalten postalischer Belege, Sonderstempel, Literatur und allen anderen mit der deutschen Philateliegeschichte zusammenhängenden Materialien. Daher sind auch Festbücher, Speisekarten, Fotos, Abzeichen, Vignetten bzw. Werbemarken entsprechend interessant.

Ein wichtiger Teilbereich der ArGe ist auch die Erforschung der Geschichte der Deutschen Philatelistentage. Dazu erschienen bereits mehrere, jedoch bereits vergriffene Lose-Blatt-Kataloge. Im Jahr 2019 folgte ein Handbuchkatalog mit 350 bebilderten Seiten des zu den Deutschen Philatelistentagen der Jahre 1889 bis 1945 verausgabten philatelistischen Materials mit Bewertung. Hiervon sind noch wenige Exemplare vorrätig.

Aus der Ukraine nach Berlin und Bonn und zurück: Dr. Jan U. Clauss



Beigefügtes Briefkuvert ergatterte ich 1997 aus einem der „Regierungspapierkörbe“ der alten Bundeshauptstadt Bonn. Damals gab es zahlreiche Briefejäger, die nach bunter und vor allem internationaler Post Ausschau hielten, bevor sie fleißige Putzkolonnen in den Papiermüll entsorgten. (Übrigens soll es noch heute Papierjäger dieser Art geben, wenn auch in kleineren Hauptstädten des SBF-Einzugsgebietes!).

Das Kuvert stammt, wenn ich meiner belarussischen Frau Irina glauben darf, von einer jüngeren Frau in der ukrainischen Provinz – so jedenfalls ist laut Irina die Handschrift der Absenderin zu deuten. Die Frankatur wurde nicht am Absendeort abgestempelt (insofern können wir auch nicht sagen, wo genau der Brief aufgegeben wurde), sondern 1997 nachträglich im Briefzentrum 13; das ist Berlin-Hennigsdorf. Er ist an Genrichu Kolju in Berlin gerichtet. Genrichu Kolju soll laut Briefeschreiberin der damalige Bundestagspräsident gewesen sein. Vielleicht ist die Briefeschreiberin nicht besonders gut informiert gewesen, aber eines steht fest: Der damalige Parlamentarische Staatssekretär im Bundesinnenministerium (BMI) hieß Horst Waffenschmidt MdB (CDU), und er war nicht nur Stadtrat in Waldbröl, sondern unter Bundeskanzler Helmut Kohl auch Aussiedlerbeauftragter. In Waldbröl sollen, wie man hörte, besonders viele Aussiedler aufgenommen worden sein. Es ist nicht auszuschließen, dass sich die Briefeschreiberin als potentielle Aussiedlerin mit deutschen Wurzeln oder auch als potentieller Kontingentflüchtling mit jüdischen Wurzeln an unseren Bundestag wenden wollte, um in den Kreis der Visaberechtigten zu kommen – das ist allerdings Spekulation, aber zeitgeschichtlich durchaus naheliegend.

Zurück zum Philatelistischen bzw. in diesem Falle zur neuerdings sogenannten „Social Philately“: Bei der stehen nämlich die Briefmarke bzw. die Frankatur nicht im Vordergrund, sondern die schreibende und die adressierte Person sowie der postalisch nachgewiesene Reiseverlauf. In diesem Fall ging der Brief zunächst an die damalige Außenstelle des Deutschen Bundestags in Berlin (PLZ 10111). Da man dort keinen Genrichu Kolju kannte (nicht einmal ein ausländischer Praktikant dieses Namens war dort zu finden, und im Parlamentarischen Praktikantenprogramm laufen jährlich hunderte junger Menschen durch den Bundestag), wanderte das Schreiben an den Deutschen Bundestag in 53113 Bonn, wo dieser bis zum Umzug von Parlament & Regierung im Jahre 1999 seinen Hauptsitz hatte. Auch dort war die adressierte Person unbekannt (siehe schräg nach links gedrehten Vierzeiler-stempel). Die „hoheitliche“ Bundestagspoststelle vermutete allerdings zu Recht, der Absender habe womöglich unsere Verfassungsorgane Bundestag und Bundespräsident verwechselt, und man schickte das Schreiben sicherheitshalber an das Bundespräsidialamt in Bonn: Leider auch dort Fehlmeldung! Im Amt unseres ranghöchsten Verfassungsvertreters besann man sich auf die Lösung Bundeskanzleramt (handschriftlich: „B.K.“). Spätestens nach dieser Odyssee hätten die Alarmglocken klingeln müssen, wenn denn schon einige der fähigsten waffenschmidt´schen Aussiedler im Kanzleramt tätig gewesen wären (waren es aber offensichtlich nicht!). Denn der Umschlag landete im Kanzleramtspapierkorb – und wir hoffen zumindest, dass der Briefinhalt dann doch noch von einem Slawophonenen entziffert werden konnte!

In den slawischen Sprachen werden auch Vor- und Nachnamen dekliniert. Mit anderen Worten: Ein Brief an einen Herrn Rüdiger Krenkel würde in Russisch (gleichermaßen in Belarussisch, Bulgarisch, Serbisch oder Ukrainisch) lauten „Rudigeru Krenkelu“!

So – und jetzt nehme der Leser mal den Dativ von Genrichu Kolju weg (= Genrich Kol) und setze anstelle des slawischen „G“ ein „H“. - Warum? Kennen Sie nicht den russischen Scherzspruch „*Adolf Gitler flog mit der Luftgansa*“?. Die Russen zumindest kennen kein gesprochenes „H“ und setzen stattdessen ein „G“ – der Brief ging also an Henrich Kol. Nun - und das ist meine private Vermutung – hatte die Briefeschreiberin Heinrich und Helmut verwechselt, was in der ukrainischen Provinz schon mal passieren kann!

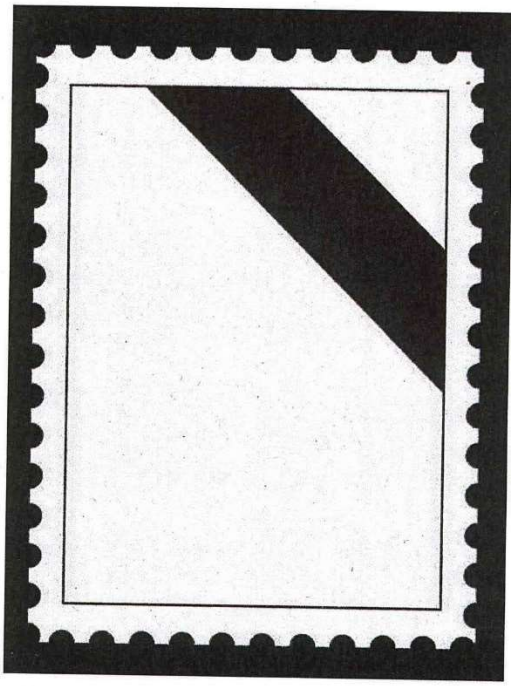
Der Brief ist aller Voraussicht nach weder an der Bundestagspräsidenten, noch an den Bundespräsidenten, sondern an Bundeskanzler Helmut Kohl gerichtet.

Was aus dem Anliegen der jungen Dame geworden ist, werde ich herausfinden, wenn ich ihr zwei Dutzend Jahre später mit Irinas Hilfe geschrieben haben werde, um zu fragen, ob sie jemals aus Bonn oder Berlin eine Antwort auf ihr Anliegen von 1997 bekommen habe!

Einen sehr interessanten Artikel habe ich kürzlich in der „Wirtschaftswoche“ vom 1. April 2021 gefunden, der über den Istzustand und der Zukunft der Briefmarke berichtet:

INNOVATION DIGITALES

Das Fax zum Aufkleben



Technologisch sind die Briefmarken längst überflüssig. Post lässt sich ebenso gut mit Matrixcodes oder Buchstaben und Zahlen frankieren. Und wirtschaftlicher ist das auch. Warum also lebt diese Kulturtechnik noch?

TEXT JACQUELINE GOEBEL

Drei Brüder in Hattingen an der Ruhr witterten das große Geschäft: Die Lebensgefährtin eines Bruders hatte den Kontakt zur chinesischen Druckerei hergestellt. Die lieferte nicht nur die Dokumente, sondern auch Tipps, um den Zoll zu umgehen. Über ein Jahr konnten sie ihre Fälschungen über Ebay verkaufen, bevor sie vor ein paar Jahren aufflogen. 400 000 Euro musste allein der Haupttäter schließlich als Strafe zahlen. Das Objekt der lukrativen Betrügereien: Briefmarken.

Man muss es also einen Meilenstein nennen, wenn nun auch Briefmarken endlich fälschungssicher werden – dank eines schwarz-weißen Kästchens. Durch diesen Matrixcode werde jede Briefmarke „eindeutig“, wie Bernd Meyer, 58, Leiter der Abteilung Frankiern bei der Deutschen Post, es ausdrückt. Durch den Code kann die Post auch noch die Bewegung des Briefes besser nachvollziehen, sieht Ein- und Ausgangszeit im Briefzentrum. Passend zur Einführung des Matrixcodes gibt die Post gleich eine Briefmarke zum digitalen Wandel heraus. „Bis zum Jahr 2022 sollen alle Neuerscheinungen einen Matrixcode haben“, sagt Meyer. In der Geschichte der Briefmarke ist das ein bedeutender Schritt. Deutschland ist das erste Land, was flächendeckend Briefmarken mit Matrixcode einführt. Nur ob diese Geschichte überhaupt noch lange andauern wird, das ist keineswegs gesagt.

Die Herstellung der Marken ist aufwendig und teuer, ebenso wie der Verkauf. Wirtschaftlich gesehen ist sie bei Weitem nicht die beste Lösung zur Frankierung von Briefen oder Paketen. Eigentlich würde der Matrixcode allein völlig ausreichen, Geschäftskunden frankieren ihre Briefe schon lange auf diese Weise. Seit diesem Jahr können Kunden keine Päckchen mehr mit Briefmarken frankieren. Das sorge für zu viel Aufwand bei der Sortierung der Pakete. Und mit Island hat das erste Land im vergangenen Jahr den Druck von Briefmarken komplett eingestellt. Rund 180 Jahre nach ihrer Erfindung steht die Sinnhaftigkeit der Briefmarke infrage. Verschwindet das gezahnte Bildchen ganz und gar?

65

Millionen Briefmarken haben Finanzministerium und Post zum Jubiläum der „Sendung mit der Maus“ drucken lassen. Solche Marken sind bei Sammlern beliebt

Die Geschichte der Briefmarke beginnt in Großbritannien. Als Erfinder gilt Rowland Hill, der im Auftrag der britischen Regierung das Postwesen reformieren sollte und durchsetzte, dass Sender statt Empfänger für die Lieferung aufkommen: Mit der Briefmarke gingen Kunden erstmals in Vorleistung für den Versand – das erste Prepaid-System. 1840 druckten die Briten die erste Briefmarke, die „One Penny Black“ mit einem Bild von Königin Victoria. Einige Jahre später zog das Bayrische Königreich mit dem „Schwarzen Einser“ nach.

Könige und Propaganda

Bis zur Jahrhundertwende gewann die Briefmarke weltweit an Beliebtheit. In der Regel entschieden über die Motive die Landesherrscher. Sie ließen sich gerne selbst ablichten oder nutzten Briefmarken für Propagandamotive. „Briefmarken sind Geschichte – und sie erzählen eschichten“, sagt Reinhard Küchler, Geschäftsführer des Bunds Deutscher Philatelisten, in dem sich Sammler und Interessierte austauschen. Sogar geheime Botschaften wurden mittels Brief-

marken überbracht, erzählt Küchler. Eine nach links gekippte Briefmarke stand zur Kaiserzeit für „Treffen wie immer". In den ersten Tagen der Bundesrepublik galt die Briefmarke gar als Geldersatz. Und selbst heute, 20 Jahre nach der Privatisierung der Post, sind die Klebebildchen noch Staatsaufgabe. Das Bundesministerium für Finanzen ist Herausgeber des Postwertzeichens, per Vertrag ist geregelt, dass die Deutsche Post für den Verkauf zuständig ist.

Analoges Instagram

Zwei Milliarden Marken kommen so jedes Jahr auf den Markt, teilt die Post mit. Die Menge sei relativ stabil. Doch das kann nicht davon ablenken, dass die Vormachtstellung des Postwertzeichens sinkt. Die Briefmarke hat eine Demokratisierung erfahren – und eine Individualisierung.

So können diejenigen, die Briefe verschicken, im Internet längst ihre eigenen Marken beauftragen. Die Post kooperiert dazu etwa mit MyPostcard.com. Das biete „viele Möglichkeiten zur Personalisierung", sagt Alexander Plum, bei der Post für Briefmarken zuständig. Ältere Kunden ließen gerne ihr eigenes Gesicht auf die Marke drucken, wo früher nur der Bundespräsident zu sehen war. Jüngere hingegen wählen Urlaubsbilder. Instagram im Briefmarkenformat.

Der Gang zum Postschalter ist zum Markenkauf längst nicht mehr nötig. Wer auf das Motiv keinen Wert legt, kann sich Briefmarken am Automaten ziehen. Oder per Handy zahlen und als Code auf den Brief schreiben. Das ist auch für die Post die günstigste Variante. Der Verkauf von Briefmarken in Filialen ist teuer, allein schon wegen der Personalkosten. Und auch die Herstellung ist aufwendig: Die klassischen Briefmarken werden unter ähnlichen Sicherheitsvorkehrungen gedruckt wie Bargeld. Nur vier Hochsicherheitsdruckereien sind dazu in der Lage. Wie hoch die Kosten für den Druck sind? Dazu schweigt der Konzern.

Axel Stirl ärgert das. Er ist Chef von Pin Mail, einem Berliner Briefdienst mit grünem Logo und einer der wenigen Konkurrenten der Post in diesem Bereich. Auch Jahrzehnte nach der Liberalisierung hat die Deutsche Post bei Briefen von Geschäftskunden nach eigenen Angaben einen Marktanteil von 62,6 Prozent. Bei Privatkunden dürfte der Anteil noch höher sein. In Berlin aber gibt Pin Mail seine eigenen Briefmarken heraus, wie die Post lässt Stirl sie in der Bundesdruckerei drucken. Etwa 0,5 bis zu 2,0 Cent koste Pin Mail die Produktion einer Briefmarke dort, rechnet Stirl vor. Mit einer höheren Auflage sinken die Kosten zwar, die Post werde deshalb weniger zahlen, mutmaßt er. Trotzdem, „der Druck ist ein Kostenfaktor, der nicht zu übersehen ist". Aus seiner Sicht sind Briefmarken deshalb „ein Liebhabergeschäft", aus wirtschaftlicher Sicht lohne sich das nicht. „Gerade mal 1,5 Prozent unserer Briefe sind mit einer Briefmarke frankiert", sagt Stirl.

Wimmelbildchen in Schwarz-Weiß

„Unternehmen nutzen keine Briefmarken", sagt auch Monika Plum, Strategiechefin bei Francotyp-Postalia. Das Unternehmen verkauft größeren Briefversendern Maschinen, die die Post automatisch frankieren. Das sei schneller, sicherer, günstiger. Auch für die Post seien die maschinell frankierten Briefe einfacher zu handhaben. Deshalb gewährt sie Versendern, die Frankiermaschinen nutzen, einen Rabatt von bis zu fünf Prozent. Die größten Versender wie Banken und Versicherungen liefern ihre Post meist digital ein und lassen sie von der Post ausdrucken. „Daten-Verarbeitungs-Freimachung", heißt dieses Produkt bei der Post, kurz DV. Dann erscheint nur noch ein Wimmelbildchen aus schwarz-weißen Quadraten auf dem Umschlag. „Sie schöpfen umfassend alle Rabattmöglichkeiten aus", wirbt die Post. Laut Post ist die DV-Freimachung die häufigste Methode, noch vor der Frankiermaschine und weit vor der Briefmarke.

Faxgerät gibt Hoffnung

Und die Post arbeitet daran, das Modell weiterzuentwickeln. So sollen die Empfänger künftig ihre Briefe auch gleich als digitale Kopie per E-Mail bekommen. Dann sehen die Empfänger ihre Rechnungen im E-Mail-Fach, bevor sie die Schreiben aus dem Briefkasten fischen können – falls sie das dann wollen. Nur: Wieso sollte man den Brief überhaupt noch physisch überreichen, wenn es doch auch möglich ist, die Schreiben digital als PDF zuzustellen?

„Natürlich ist die Digitalisierung ein Balanceakt", sagt Bernd Meyer. Ja, die Post müsse sich digitalisieren und sich auch auf sinkende Briefmengen einstellen. In der Coronapandemie sank das Briefaufkommen laut Bundesnetzagentur noch mal um neun Prozent. Ganz verschwinden aber werden die Briefe nicht, da ist Meyer sich sicher. „Und auch die Briefmarke nicht", ergänzt sein Kollege Alexander Plum.

Woher dieser Optimismus? Plum verweist auf das Faxgerät. Das sollte auch schon mal den Brief ablösen. Der Fernseher galt als Tod für das Radio. Das Internet sollte Zeitungen überflüssig machen. Nichts davon ist eingetreten. In den Medienwissenschaften wird dieses Phänomen als Rieplsches Gesetz diskutiert, benannt nach Wolfgang Riepl, 1911 an der Universität Erlangen mit einer Arbeit zum antiken Nachrichtenwesen promoviert, später Chefredakteur der „Nürnberger Zeitung". Demnach verdrängen neue Medien die alten nicht, aber sie verändern deren Nutzung und Bedeutung. So wie das Faxgerät heute noch zur Bestätigung und Dokumentation taugt. Andererseits: Telegramme werden heute nicht mehr versendet.

In Alexander Plums Augen ist die Briefmarke trotzdem eher ein Fax als ein Telegramm. So sehen es wohl auch die Briefmarkensammler wie Reinhard Küchler. „Bei einem Todesfall will ich doch keinen Zahlencode auf die Trauerkarte schreiben." Marktnischen gebe es eben auch im Briefmarkenformat. ■



Von Buchstaben und Blumen
Der Matrixcode soll die Briefmarke verbessern (links). Auf Geschäftspost gibt es dies schon. Sie lässt sich auch mit einer per App generierten Kombination aus Buchstaben und Zahlen frankieren (rechts)