

Hoekje van de Tema Tieker (44)

Johann Vandenhaute

In het vorige nummer van HvTT heb ik getracht de feiten en informatie te verzamelen over de catalogus van Frech. Deze catalogus is een must en daarom heb ik in 2018 een set aangekocht bij de auteur Frech. Net op tijd want kort nadien bleek de catalogus weer uitverkocht. Met de auteur Frech heb ik ook lange tijd gecommuniceerd via e-mail om te begrijpen waarom de ene kaart wel en de andere niet een gefrankeerd op bestelling of een bijdruk is. Voor de schrijver is het zijn levenswerk en voor de verzamelaars van deze postwaardestukken maakt het niet zoveel uit welk verschil er is. Het zijn de thematiekers die ergens een bepaald accent willen leggen, en vooral zaken willen gebruiken die met toestemming van de post werden vervaardigd.



Postkaart gefrankeerd op bestelling Frech cat.nr. PPI/E7-01

In elke catalogus is een uitgebreide uitleg voorhanden. De auteur stuurde die geheel Duitstalige uitleg op in pdf vorm. Een aantal punten heb ik uit interesse vertaald maar het zal nog wel wat duren eer alles goed begrepen is, laat staan vertaald. Sinds 2017 is het een onderwerp van veel gesprekken tussen de thematische verzamelaars die tentoonstellen. En aan wie kan je je vragen beter kwijt dan je collega's ... juist de auteur zelf. Het werd een boeiend en lang gesprek via e-mail.

TT «Voor zover ik het goed begrepen heb, valt het me op dat alle vetgedrukte items 'op bestelling gefrankeerd' zijn, de andere (normaal gedrukt) zijn 'repiquages' of Zudruck. Er staan ook gewone postwaardestukken vermeld, zag ik, juist?»

Frech «Om te beginnen is uw opmerking over het onderscheid in het boek tussen gedrukte gefrankeerd-op-bestelling-kaarten en zogenaamde "repiquages", dus particuliere Zudruck juist. De gefrankeerd-op-bestelling-kaarten zijn inderdaad door mij in vette letters beschreven, de andere in normale letters. Dit komt nog bovenop het feit dat ik als regel altijd het gebruikelijke catalogusnummer geef van een officieel uitgegeven postwaardestukkaart waarop later een particuliere opdruk is aangebracht.»

TT «Ik begrijp wat het verschil is, maar ik vraag me af hoe je erachter bent gekomen wat 'Zudruck' is en wat niet?»

Frech «Een zeer hoog percentage kaarten is afgebeeld in mijn/onze catalogus; deze vele foto's tonen aan dat ik bijna alle kaarten in de laatste jaren in handen had,

anders zou ik niet in staat zijn geweest om er een gekleurde scan van te maken en ze in het boek te presenteren. Na veertig jaar verzamelen van Duitse vooroorlogse postwaardestukken kan ik aan de kleur van het papier (crème, buff, krijtachtig) of de dikte ervan en aan de kleur en het soort opschrift/lettertype op de voorzijde (dat is overigens de zijde waar de ingedrukte postzegel staat) zien welke een briefkaart is die in een postkantoor is verkocht of gekocht en welke niet.»

TT «Ik kan het begrijpen als een normaal postwaardestuk werd bedrukt als een bijdruk, maar soms zie ik dat sommige postwaardestukken in sommige nummargedeelten soms vet en soms normaal gedrukt zijn, erg door elkaar. Bijvoorbeeld PP9/C43I (Zudruck), C43II (vetgedrukt), C43III (vetgedrukt), C44 (Zudruck), enz... of neem ook het voorbeeld PP11/B4 (vet), B5 (Zudruck), B6 (vet), B7 (Zudruck). Hoe heb je het verschil gemaakt. Is het iets dat wij ook kunnen detecteren?»

Frech «U kunt mij dus vertrouwen. De illustraties van de kaarten PP9/C43, PP9/C43I en PP9/C44 zijn gedrukt

op die groene kaarten die door de Duitse Reichspost werden uitgegeven van augustus 1894 tot 1901 (met een watermerk bestaande uit een verkort nummer voor het jaar van drukken en een hoofdletter voor de fabrikant die het papier leverde). De afbeeldingen op PP9/C43II en PP9/C43III zijn gedrukt op een heel ander soort kalkpapier en op deze kaarten staat een ander soort lettertype. Zo kan je ze al deels gemakkelijk herkennen.

De catalogusnummers zijn niet "erg gemengd", zij volgen het alfabet binnen het jaar 1898. Omdat ik mijn oude nummers niet weer wilde veranderen bij recente herzieningen of nieuwe vondsten, heb ik de oude nummers behouden voor de kaarten die al in de vorige editie van het boek stonden en heb ik een systeem moeten "uitvinden" voor de nummering van de kaarten die nieuw zijn in de huidige editie. Daarom hebben zij zulke vreemde nummers als C43I of C43II of C43III en dit betekent helemaal niet dat 43 I-III enig zinnig verband zou kunnen hebben met 43. Al die dingen die tot nu toe gezegd zijn, gelden ook voor PP11/B4 (die heel gemakkelijk als een privékaart kan worden herkend) en - integendeel - voor PP11/B5 en B7 waarvan de illustraties gedrukt zijn op die officiële blauwe kaarten die bedoeld waren voor de communicatie binnen één stad.»

TT «Verder wil ik begrijpen hoe die repiqués gedrukt worden. Zijn ze echt op een enkele kaart gedrukt of heeft de post indertijd grote vellen kaarten geleverd en zijn die dan particulier gedrukt b.v. 10 stuks per keer. Is dat mogelijk?»

Frech « Of de privé-druk op een officiële kaart werd uitgevoerd op losse kaarten of op vellen van 25 (niet vellen van 10 zoals u als voorbeeld noemde), kan niet gemakkelijk beantwoord worden omdat er geen documenten bestaan die ons details kunnen vertellen

over de procedure. Overal waar ik deze details ken, heb ik ze vermeld. We weten van tenminste twee gevallen waarin de koper geen losse kaarten kocht aan het loket van het postkantoor, maar vellen van 25 bij de Reichsdruckerei. De illustratie werd op de achterkant toegevoegd vooraleer de vellen in stukken van losse kaarten werden gesneden. Dit zijn de nummers (Duitse Rijk) PP15/C10/01-03 en de meeste kaarten nummer PP19, vooral PP19/F geïllustreerd door Lederbogen in Halberstadt.»

TT «De laatste discussie die ik onlangs had ging over de vraag of die repiquage-kaarten met korting werden verkocht in het postkantoor. Omdat wij ons afvragen waarom iemand een kaart zou gebruiken bedrukt met een afbeelding terwijl er op een gewoon briefpapier veel meer ruimte is?»

Frech «Repiquages worden beslist niet op het postkantoor verkocht. De postkantoren verkopen blanco losse kaarten tegen hun normale prijs, er is geen prijsverlaging. Elke wijziging aan de kaarten die aan het loket van het postkantoor werden gekocht, werd achteraf door de koper aangebracht.

Wat Duitsland vóór 1918 betreft, ken ik slechts twee uitzonderingen: Beieren P92 die gewoonlijk in de catalogi als officiële kaart wordt vermeld (maar dat in werkelijkheid niet is) en het Duitse Keizerrijk P31 C 1/01-05 dat in de catalogus van officiële briefkaarten in een voetnoot na P110 wordt vermeld.»

TT «Wat is uw persoonlijk idee betreffende het onderscheid tussen privé-kaarten en officiële kaarten met "Zudruck". Waarom zou je al die Bijdrukken willen verzamelen?»

Frech « Ik heb de "repiquages" in mijn catalogus opgenomen omdat de gemiddelde verzamelaar in vele gevallen het verschil niet zal kennen, hij wil ze hebben

omdat hij ze mooi vindt. Ik vind ze ook mooi, vooral de oude kaarten van vóór 1918. In sommige gevallen kunnen noch de deskundigen, noch de juryleden op een tentoonstelling met zekerheid uitmaken wat wat is. Want niet altijd is het echt zo eenvoudig als ik hierboven heb uitgelegd, in sommige gevallen leverden klanten geen materiaal in, maar lieten het aan de Reichspost over om de kaarten volledig te produceren, hetgeen betekent dat de Reichspost ook hun gebruikelijke opmaak/lettertype mocht gebruiken. Zo was ik er zelf lange tijd van overtuigd dat PP9/C116 een privé-kaart is (vooral omdat het portret in reliëf is). Toen ontdekte ik, na er drie of meer in handen te hebben gehad, het watermerk, en plotseling moest ik de catalogus corrigeren - privé-kaarten hebben geen watermerken.



Postkaart gefrankeerd op bestelling Frech cat.nr. PP13/C1-01

Ik begrijp waarom tentoonstellingsjury's "repiquages" als niet-filatelistisch materiaal beoordelen. Ze willen vermijden dat een verzamelaar op het idee zou kunnen komen om een kaart te veranderen/overdrukken naar zijn eigen behoeften. Maar nu kunnen ze dat allemaal opzoeken in mijn catalogus - tenzij ze die niet bezitten. Tussen haakjes; ik heb de nieuwe catalogus aangeboden aan 130 Duitse tentoonstellingsjuryleden, vier van hen hebben er een gekocht.»

TT «Toch verwonderlijk, niet? Zij hoeven maar je catalogus open te slaan en kunnen direct oordelen wat er tentoongesteld wordt. Is de verzamelaar beter geïnformeerd?»

Frech «Vooraleer ik ga uitleggen hoe ik het zie, wil ik nogmaals benadrukken dat alles wat ik schrijf mijn eigen standpunt en mijn persoonlijke mening en onderzoek is, noch ben ik een jurylid op filatelistische tentoonstellingen of de verantwoordelijke instelling om te beslissen wat goed en wat fout is, noch is mijn boek 'de' bijbel van de Duitse postwaardestukken. Aan de andere kant neem ik al sinds 1975 deel aan tentoonstellingen en in die bijna 40 jaar heb ik alle ups en downs meegemaakt die een exposant kan meemaken. Maar ik ben geen thematische verzamelaar. Zonder enige twijfel moet een moderne filatelistische tentoonstelling, of het nu gaat om het documenteren van een thema over het leven van een persoon, of een historische periode of gebeurtenis, een bepaalde streek van een land, of een aspect van de postgeschiedenis enzovoort, zoveel mogelijk verschillende categorieën filatelistische elementen laten zien - en daaronder vallen ook postwaardestukken. We kunnen het er ook over eens zijn dat de kijkers geïllustreerde stukken aantrekkelijker vinden dan niet-geïllustreerde. Maar de officieel uitgegeven briefkaarten die aan het loket van het postkantoor konden worden gekocht, hebben meestal geen afbeeldingen - met uitzondering van "prentbriefkaarten" en enkele zelden uitgegeven speciale edities. Dit geldt voor postwaardestukken van bijna alle landen in de wereld van vóór laten we zeggen 1930. Welke alternatieven heeft een verzamelaar dan nog? Hij kan op zoek gaan naar geïllustreerde enveloppen, prentbriefkaarten en briefkaarten enz. die op particuliere bestelling

zijn bedrukt met een officiële postzegel. Deze op particuliere bestelling gedrukte postwaardestukken verschillen in de regel zo duidelijk van die welke op de postkantoren werden verkocht wat betreft het gebruikte papier, de voering/type en heel vaak zelfs het formaat, dat het niet nodig is om te bewijzen dat zij niet officieel zijn uitgegeven. Dit geldt niet alleen voor die uit Duitsland, maar ook voor die uit Oostenrijk, België, Nederland, Zwitserland, de Verenigde Staten ... en dus met wat ervaring kan je al veel bepalen.»

TT «Tot nu toe heb ik veel geleerd van al uw informatie die ik hier uit ons gesprek en uit uw prachtige catalogi heb verkregen. Ik ontdekte in uw catalogus dat veel kaarten gebruikt werden voor privé-verzending en niet zozeer verzonden door bedrijven of organisaties. Heeft U misschien meer informatie of inzichten waarom deze kaarten eventueel met gereduceerd tarief worden verkocht? Is er daar iets waar u mij mee kunt helpen?»

Frech «Er zijn redenen genoeg voor het drukken van teksten met of zonder illustraties op "gewone" kaarten. Een onderneming of instelling wil haar berichten rationaliseren omdat zij identieke teksten naar verschillende ontvangers moet sturen. Het is dus veel sneller om de tekst af te drukken dan om dit met de hand te doen. Of een bedrijf of instelling wil zichzelf promoten, dus voegen zij een aantrekkelijk embleem, symbool, foto of wat dan ook toe. Zij gebruiken deze kaarten in hun eigen zakenrelaties. En een firma of instelling ziet een kans om hun bekendheid bij het publiek te vergroten als zij dergelijke kaarten niet alleen zelf gebruiken, maar een deel ervan tegen een gereduceerde prijs aan anderen verkopen. De kaarten PP9/B27 zijn voorbeelden van deze praktijk. Wanneer iemand een verjaardag of een jubileum of een eindexamen wilde vieren, was het veel gemakkelijker om een gewone kaart te kopen en door een steendrukkerij een illustratie te laten maken. In dat geval hoefde de initiatiefnemer niet minstens duizend exemplaren te produceren en hoefde hij niet acht of meer dagen te wachten tot zijn kaarten terugkwamen van de Reichsdrukerei. Als hij goede connecties had, hoefde hij maar één of twee dagen te wachten. En gewoon briefpapier was duur en nu kostte het papierma-



Postkaart gefrankeerd op bestelling - Frech cat. nr. PP15/D6

teriaal niets, het kostte alleen wat de ingedrukte postzegel kostte! En dan heb je nog de eigenaars van een hotel of restaurant die dichtbij een toeristische trekpleister gelegen waren en ook geïllustreerde kaarten wilden verkopen. In veel gevallen wilden zij geen ongemak voor hun klanten, noch wilden zij het risico lopen dat er aan het eind van het seizoen een heleboel duur geproduceerde kaarten overbleven. Dus kochten zij slechts 50-100 gewone kaarten, maakten er een illustratie op en verkochten de 5-Pf-kaarten voor 10, 15 of 20 Pf, dus duurder! U ziet, je kunt geen algemene uitspraak doen over al die repiquages, het is nodig om elke kaart afzonderlijk te beoordelen. Vandaar de vele voetnoten als blauwe of groene teksten in mijn catalogus. Hopelijk helpen ze u daarbij.»

TT «Ik las in de catalogus van Suchard-postwaardestukken van dr. Fabien Barnier dat de officiële kaarten met repiquage verkocht werden tegen gereduceerd tarief door de firma Suchard. Ook in Duitsland werden veel kaarten door Suchard geproduceerd. En blijkbaar volgens deze schrijver verkocht tegen gereduceerd tarief.»

Frech « Wat ik daarjuist heb gezegd, geldt vooral voor de kaarten van de firma Suchard. Toen de vereniging van Zwitserse verzamelaars van postwaardestukken, onder leiding van mr. Barnier, het boek over de "SUCHARD-KARTEN" schreef, was ik een van de verzamelaars die een beetje hielp. Maar sindsdien is het onderzoek verder gegaan en als gevolg daarvan heb je veel meer Suchard-kaarten in mijn catalogus kunnen aantreffen. Deze Duitse 5-Pf-kaarten werden door hen verkocht per 125 voor 5 deutschmarks of per 1300 voor 50 deutschmarks en zij werden gekocht en gebruikt door firma's die niet veel ruimte op een kaart nodig hadden omdat zij slechts drie of vijf regels schreven voor het bestellen van wat materiaal, levensmiddelen of andere artikelen.»

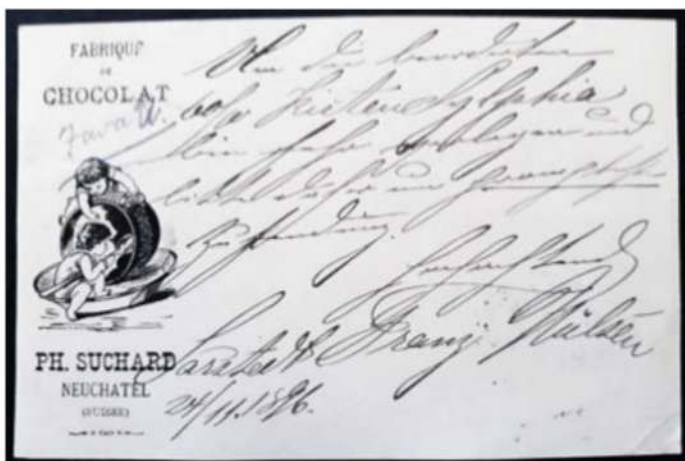
TT «Mr Frech, bedankt voor uw tijd en deskundige uitleg. De thematische verzamelaar is u eeuwig dankbaar voor dit prachtige en lijvige document. Vaak discussiëren we in clubs en op tentoonstellingen over al deze informatie die we geleerd hebben om er zo zeker van te zijn dat we het perfect begrijpen.



Postkaart gefrankeerd op bestelling - Frech cat. nr. PP51/B3

In België discussiëren we nog steeds over het gebruik van de 'repiquage'-kaarten. Speciaal de thematische verzamelaars. Want we zouden ze natuurlijk graag allemaal als gefrankeerd op bestelling zien, natuurlijk.»

Frech «Sorry, zo is het leven? Je kan niet alles willen. Ik hoop dat ik u heb kunnen helpen. Soms heb ik genoeg vrije tijd over om vragen te beantwoorden en soms niet. Nu nam het wat meer tijd om uw vragen te beantwoorden in een taal die niet mijn moedertaal is (n.v.d.r. alles verliep in het Engels). Maar aangezien ik de laatste wil zijn die de schuld krijgt van onvoldoende informatie, was het toch prettig u mijn antwoorden te sturen. Ik zou ook willen benadrukken dat ik uw aanbod om mijn driedelige boek te promoten op prijs stel, maar ik verzoek u dit niet te doen. Het werk is uitverkocht, ik heb geen exemplaar meer over en ik wil natuurlijk geen klanten teleurstellen die geïnteresseerd zijn om er een te kopen. Op het ogenblik voel ik mij niet geroepen om nog enkele exemplaren te drukken. Mijn gelukwensen aan de gelukkigen die niet te lang hebben gewacht. De allerbeste groeten uit het Duitse Zwarte Woud.»



Suchard b.jdruk verkocht aan verlaagd tarief - Frech cat. nr. 9-G31-03