

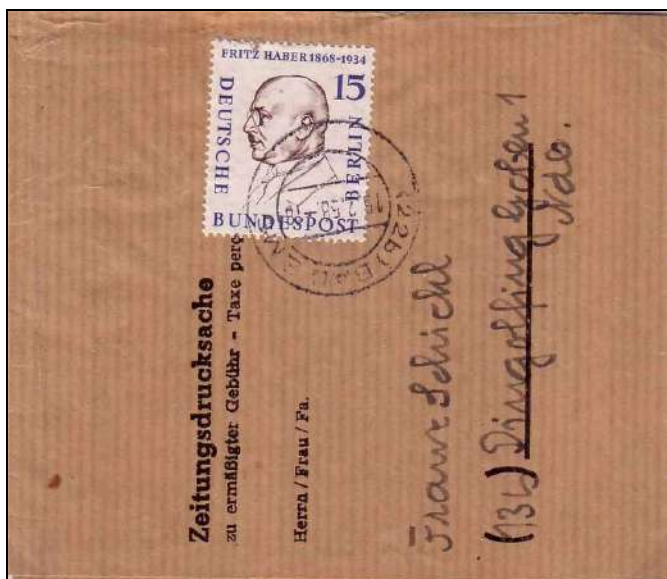
Całość pocztowa w ekspozycji tematycznej (1)

Marek Zbiński

Zagadnieniem dość rzadko poruszonym w fachowych opracowaniach o filatelistyce tematycznej jest wykorzystywanie w ekspozycji wystawowym znaczków na całościach pocztowych.

Jeśli rozważamy użycie takiego waloru, tzn. przesyłki listowej z obiegu pocztowego ze znaczkiem lub kilkoma znaczkami z naszego tematu, a nie zawierającej innych elementów filatelistycznych (np. stempla okolicznościowego, specjalnych adnotacji pocztowych itp.), powinniśmy się zawsze zastanowić nad celowością lub poprawnością takiego działania. Jeśli całość pocztowa nie zawiera innych – prócz znaczków – elementów związanych z tematem, jej użycie może być uzasadnione tylko ze względu na aspekt filatelistyczny przesyłki, w stopniu zdecydowanie większym, niż użycie luźnego znaczka.

Całości takie powinny być oklejone pojedynczą lub wielokrotną frankaturą (kilka identycznych znaczków). Wykorzystanie takiego waloru (ryc. 1) powinno być zawsze związane z opisem filatelistycznym dot. obowiązującej taryfy i ewentualnie innych ważnych okoliczności użycia.



Ryc. 1. Opaska gazetowa ze znaczkiem tematycznym (Berlin - Mi. 166)
Zastosowanie tego znaczka jako frankatury pojedynczej było możliwe jedynie do opłaty za druki o wadze 50-100 g (w obiegu 30.09.1957 – 30.06.1960).
Prawie 100-krotna różnica w wartości katalogowej (** / ✉). Rezygnacja z użycia całości na korzyść znaczka np. Ugandy z 1995 roku wydaje się nie do pomyślenia.

Użycie w ekspozycji pospolitego znaczka okolicznościowego (czytaj: tematycznego) na przesyłce może zawsze wzbudzić podejrzenie o chęć „watowania” karty.



Ryc. 2. Znaczek „Warszawa oskarża” (Fi. 380a) na karcie z Chorzowa, 28.08.1946.



Ryc. 3. Znaczek z serii „Kultura polska” (Fi. 425) na przesyłce poleconej z Poznania, 14.05.1947.

Bardziej uzasadnionym wydaje się użycie przesyłek ze starszymi znaczkami okolicznościowymi lub znaczkami z „ciekawych” okresów taryfowych.



Ryc. 4. Znaczki okolicznościowe z podobizną gen. J. Bema (Fi. 237) – frankatura wielokrotna na liście poleconym z Warszawy do Francji, 11.09.1928. Opłata za list polecony, zgodnie z taryfą obowiązującą od 1.12.1927 – 1 złoty.



Ryc. 5. Znaczki obiegowe przedstawiające pomnik Króla Jana III Sobieskiego (Fi. 213) – frankatura wielokrotna na karcie poleconej z Kielc, 4.03.1932.

W okresie od 15.10.1931 do 14.04.1932 przesyłki krajowe obłożone były obowiązkową dopłatą na pomoc bezrobotnym. Opłata 90 groszy- kartka pocztowa 20+5 groszy, polecenie 60+5 groszy.

W opracowaniach na temat wykorzystania całości pocztowych w ekspozycji tematycznym autorzy odradzają używanie przesyłek z frankaturą mieszaną. Znaczki ukazujące różne (czasem zupełnie odrębne) ilustracje rozpraszają koncentrację na właściwym temacie ekspozycji (ryc. 6 - motyw statku na znaczku 15 gr oraz reklama producenta kosmetyków przy wykorzystaniu przesyłki w ekspozycji np. o Krakowie lub architekturze).



Ryc. 6. Frankatura mieszana (Fi. 282, 3x 287) na prawidłowo opłaconym liście ekspresowym (55 gr + 1,10 zł) do Niemiec, 2.07.1937.

Inaczej wygląda to w przypadku listu lotniczego do Brazylii (ryc. 7). Mimo mieszanej frankatury, znaczek 10-cio groszowy z orłem nie odwraca uwagi od motywu pozostałych znaczków. Jego obecność jest uzasadniona wysokością opłaty za przesyłkę.



Ryc. 7. Frankatura mieszana (Fi. 238 x9, 243) na rewersie poleconego listu lotniczego do Brazylii, 15.08.1935. Opłata 4,60 zł (za list polecony 1,00 zł + za przewóz samolotem na trasie Warszawa – Paryż – Brazylia 3,60 zł za każde 5 g wagi).

Niektóre znaczki spotykane są niezwykle rzadko jako znaczki kasowane, prawie nigdy nie występują na przesyłkach. Takim przykładem mogą być znaczki okolicznościowe z dopłatą na cele charytatywne z 1938 roku z okazji 40. rocznicy odkrycia radu wydane przez Francję dla jej ówczesnych kolonii.



Ryc. 8. Dla takiego małego listu musi się zawsze znaleźć miejsce w eksponacie. List z Indochin do Francji, 29.04.1939.



Nawet dość pospolite znaczki zyskują na oryginalnych przesyłkach zupełnie inną rangę. Przykładem mogą być znaczki z obowiązkową dopłatą na walkę z rakiem, wydawane przez Poczty Panamy z okazji 40. rocznicy odkrycia radu. Znaczki o nominale 1 centa wydawane były w latach 1939-49 w różnych barwach.



Ryc. 9. Obowiązkowy znaczek dopłaty (ostatnia emisja z 1949 r. – Mi. Z 30) na widokówce wysłanej do Szwajcarii, 21.12.1950.



Przykładem ciekawego użycia przesyłki listowej z naklejonymi znaczkami może być także błąd poczty. W czerwcu 1937 roku Poczta Francuska wydała znaczek dla uczczenia 300. rocznicy wydania dzieła Kartezjusza pt. „Discours de la methode”. W pierwszej wersji znaczka rytownik błędnie użył słów „Discours sur la methode” (na otwartej książce po lewej stronie znaczka). Błąd został w ciągu kilku dni poprawiony i drugi nakład znaczka ma już poprawny tytuł „de la methode”.



Ryc. 10. List z obiema wersjami znaczka (Mi. 347 I oraz 347 II) do Holandii, 30.07.1937. Użycie takiego listu (choć prawdopodobnie z inspiracji filatelistycznej) jest z pewnością ciekawsze od współczesnego znaczka z podobizną Kartezjusza.

Niektóre zarządy pocztowe wydawały (szczególnie w okresie międzywojennym) zeszytiki znaczkowe, w których na części pól zamiast znaczków drukowano reklamy różnych firm

lub slogany propagandowe. Współcześni filateliści wykupywali te zeszytiki do swoich kolekcji i tylko drobna część z tych walorów trafiała do obiegu pocztowego. Tak jest np. ze znaczkami belgijskimi z lat 1929-32 z przywieszkami reklamującymi proszki do prania, farby, wodę mineralną czy przewozy promowe. List z tamtego okresu – nawet inspirowany filatelistycznie - ze znaczkiem z przywieszką reklamową proszku PERSIL nie trafia się zatem często.



Ryc. 11 List do Anglii z 27.05.1935 opłacony m.in. znaczkiem z przywieszką reklamową (Mi. 257+R2). Mimo wyraźnych śladów na kopercie, powstałych w wyniku obiegu pocztowego, wykorzystałem go w ekspozycie.



Szczególnie interesującym wydaje się użycie całości zamiast znaczka ze względu na techniczne aspekty wydania konkretnego znaczka. Dla uczczenia wynalazcy syntetycznej purpury anilinowej, Williama Henry Perkina (w 1856 r.), Poczta Angielska wydała w 1875 roku dwa znaczki drukowane przy użyciu tego barwnika. Użyta do druku farba ma jednak swoją słabą stronę – jest mało odporna na działanie wody. W moim ekspozycie (*Chemia, dział - barwniki*) postanowiłem użyć jednego z tych znaczków na oryginalnej przesyłce.



Ryc. 12. List z Anglii do Włoch z 19.02.1876 i ofrankowany znaczkiem drukowanym farbą anilinową (Mi. 40).

Ilustracje ze zbiorów autora.

W następnym odcinku: Spojrzenie na FDC.

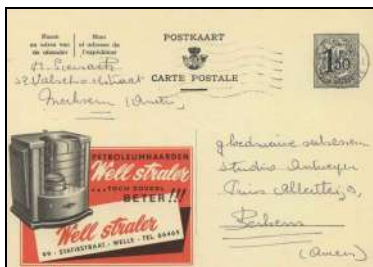
Całość pocztowa w ekspozycji tematycznej (2)

Marek Zbiński

Spojrzenie na FDC

Koperty pierwszego dnia obiegu (first day cover = FDC) to – w założeniu – całości pocztowe, które zostały nadane pierwszego dnia wprowadzenia znaczka do obiegu. Najstarszą znaną przesyłką tego typu jest bez wątpienia list z pierwszym znaczkiem świata z 6 maja 1840 r. W miarę rozwoju usług pocztowych i rynku filatelistycznego zmienił się także charakter tych walorów.

Częstymi elementami walorów pocztowych są ilustracje o charakterze reklamowym. Znaczki opłaty wydrukowane na tych całościach nie nawiązują do wydrukowanych reklam. W przeciwieństwie do reklam turystyczno-krajoznawczych, czy też produktów i usług na wielu rodzajach walorów filatelistycznych, ilustracje na kopertach FDC mają przede wszystkim na celu komercyjny wzrost sprzedaży i zainteresowania konkretnym towarem, czyli znaczkiem pocztowym. Trzeba dodać - znaczkiem, którego nie możemy po jego zakupie użyć do opłacenia usługi pocztowej.



Ryc. 1, 2. Ilustracje reklam na całostkach pocztowych - po lewej: sanatorium radowe w Łądku Zdroju, po prawej: olejowe piece grzewcze

W niniejszym artykule używam wielokrotnie uniwersalnego skrótu FDC bez rozgraniczenia na przesyłkę (list) lub grzecznościową kopertę pierwszego dnia obiegu. Przy budowie ekspozycji tematycznych wykorzystujemy z reguły stemple pierwszego dnia obiegu, których grafika bądź tekst pozwalają uwydatnić przydatność waloru do naszego opracowania. Filateliście-tematykowi trudno jest czasem jednoznacznie określić, czy cała koperta, czy tylko wycinek ze znaczkiem i stemplem lepiej nadają się do umieszczenia w ekspozycji. Współczesne koperty FDC są czasami łatwiejsze do zdobycia od znaczków niekasowanych i ten fakt powinien nas zastanowić w fazie konstruowania ekspozycji. Nie ma też jednolitych zasad regulujących powstawanie walorów FDC w różnych krajach. Dotyczy to zarówno używania znaczków jak i stempli.

Przy podejmowaniu decyzji o wykorzystaniu poszczególnych FDC w naszej ekspozycji powinniśmy kierować się nie prostym rozstrzygnięciem TAK / NIE, a raczej spojrzeć na KORZYŚCI / SZKODY wynikające dla ekspozycji.

Ważnym jest, abyśmy zwracali uwagę na poniższe reguły:

1. Listy pierwszego dnia obiegu z pierwszej połowy XX wieku są z pewnością trudniejsze do zdobycia niż wydawnictwa współczesne;



Ryc. 3. Koperta FDC ze znaczkiem wydanym z okazji rocznicy prezydentury I. Mościckiego. Przesyłka ekspresowa z 3. czerwca 1936 r. Na odwrocie datownik odbiorczy Toruń, 4.06.1936.



Ryc.4. Poczta Szwecji dość wcześnie zaczęła stosować specjalne datowniki dla swoich nowych emisji. Przesyłka FDC z 29.01.1938 r. z datownikiem poświęconym E. Svedenbergowi.



2. Poczty wielu krajów stosowały (i stosują obecnie) tylko neutralne stemple dla przesyłek FDC, bądź stemple dodatkowe informując o „pierwszym dniu obiegu”;



Ryc.5, 6. Koperty FDC z neutralnymi stemplami bez informacji dot. emisji (Polska, 1953 r., Dania, 1970 r.)



Ryc. 7. Ciekawy tematycznie stempel („Chemia dla życia codziennego / Zakłady Azotowe w Linzu / 25. rocznica upaństwowienia”) oraz stempel dodatkowy „Pierwszy dzień” na prywatnym FDC, 1971 r.

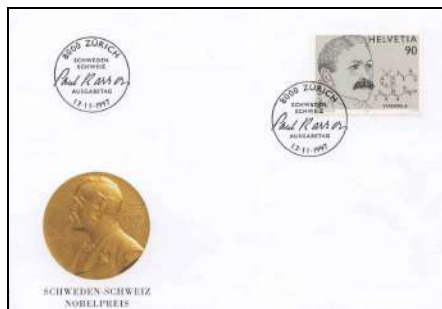
3. Koperty FDC dla wieloznaczkowych serii zawierają często znaczki o różnych (niekiedy nawet niespójnych) motywach. Dodatkowy problem stanowią użyte na nich stemple FDC o mało mówiącej grafice, nie wnoszącej nic do naszego eksponatu;



Ryc. 8. Stempel z alegorią starej armaty, jako symbolu Rewolucji Październikowej (?), Polska, 1957 r.



Ryc. 9. Stempel nie wnosi nic nowego do tematu „Grzyby”, na znaczkach 3 różne gatunki, Polska, 1959 r.



Ryc. 10, 11. Koperty FDC dla wspólnej emisji dwóch krajów poświęconej Nagrodzie Nobla. Waler szwajcarski (po prawej) jest bardziej przydatny do eksponatu, a najlepiej jego fragment (jak na ryc. 33). Pełna zgodność tematu znaczka i stempla (podobizna P. Karrera i jego podpis).

4. Warunkiem pokazania w eksponacie współczesnego FDC powinien być obieg pocztowy (udokumentowany np. stemplem odbiorczym, usługą polecenia, ekspresu itp.);



Ryc. 12, 13. Poleczone przesyłki FDC (z Moskwy, 1985 r. z pojedynczym znaczkiem z serii oraz z Wiednia, 1980, z wielokrotną frankaturą 4 x 2,50 szylingów i dodatkowym znaczkiem 0,50 szyl. – porto)



Ryc. 14. Przesyłka FDC z obiegu z dodatkowym znaczkiem umożliwiającym wysyłkę z Japonii do Szwecji.



Ryc. 15. Przesyłka FDC z obiegu - najlepiej jednak wykorzystać tylko wycinek ze znaczkiem i stemplem okolicznościowym.



Ryc. 16, 17. Jak łatwo zauważyć, koperta z obiegu robi lepsze wrażenie. NRD, 1959 r., na odwrocie dodatkowa opłata 15 Pf.

5. FDC, nawet z obiegu pocztowego, są z reguły przefrankowane, głównie ze względu na trudność doboru taryfy do nominału użytego znaczka/znaczków;



Ryc. 18, 19. Przefrankowane 2 niemieckie FDC z obiegu pocztowego. Opłaty za list wynosiły: 27.08.1971 – 30 Pf (nominał znaczków 2 x 25 Pf), 11.08.1983 – 80 Pf (nominał 2 x 50 Pf)



Ryc. 20. Dla tej amerykańskiej przesyłki FDC użyto narożnej czwórki z arkusza zamiast pojedynczego znaczka za 4 centy (1959 r.)

6. W niektórych krajach o historyczno-politycznie uwarunkowanym monopolu poczty, koperty wydawane są co prawda przez Ministerstwo Łączności lub pocztę, ale nie czyni to z nich całości kopertowej. Koperty takie można porównać raczej do naszych korespondentek (kartek beznominałowych), aczkolwiek ich pocztowy rodowód jest niepodważalny;



Ryc. 21. Oficjalna koperta
FDC wydana przez radzieckie
Min. Łączności (nr 1004)
w 1984 r.
Cena samej koperty 1 kop.

7. Szeroki wachlarz firm prywatnych zajmujących się wydawaniem FDC w niektórych krajach, musi skłaniać do zachowania ostrożności w wykorzystywaniu ilustracji na kopertach w naszym ekspozycie, a w szczególności ich interpretowania w tematycznej narracji ekspozatu. Celowi temu służyć powinny tylko użyty znaczki i okolicznościowy stempel;



Ryc. 22, 23. Prywatne koperty FDC (ilustracje z jedwabiu naklejone na koperty) dla uczczenia
Ludwika Pasteura, 1973 r. Stempel z miejscowości Dole (miejsce urodzin Pasteura)
z tekstem „Pierwszy dzień”, stempel z Paryża bez tej wzmianki.

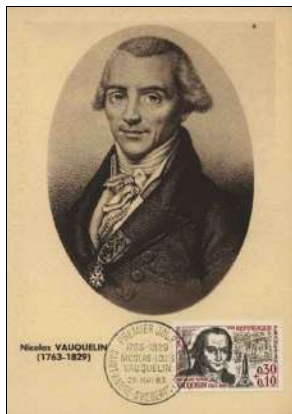


Ryc. 24. Ilustracja na prywatnej kopercie FDC
zawiera co prawda kilka dodatkowych informacji,
ale odbity u dołu stempel uniemożliwia wysłanie
jej drogą pocztową.



Ryc. 25. Prywatna kartka ze znaczkami
i odbitką stempla dla uczczenia ponownego
wyboru Prezydenta RFN H. Lübke, 1964 r.
Zamiast wzmianki o FDC, tekst „stempel
pierwszego dnia”. Walor o charakterze
pamiątkowym.

8. W niektórych krajach stemple pierwszego dnia służą także do „produkcji” innych niż koperty FDC walorów filatelistycznych. W niektórych przypadkach walory takie są ciekawsze od podstawowej koperty FDC;



Ryc. 26, 27. Na karcie maksimum (chemik N. Vauquelin) użyto stempla okolicznościowego „Pierwszego dnia” - 25.05.1963, na prywatnej kopercie FDC stempla z Paryża z innej okazji i podwójną datą 25-26.05.1963 (?)



9. W wielu przypadkach agresywna grafika kopert przytłacza sam znaczek i stemple. Mamy tego liczne przykłady w rodzimej twórczości ostatnich lat. Można przyjąć, że czym większa i agresywniejsza w swoim wyrazie jest ilustracja na kopercie FDC, tym mniejsza przydatność takiego wydawnictwa dla eksponatu tematycznego.

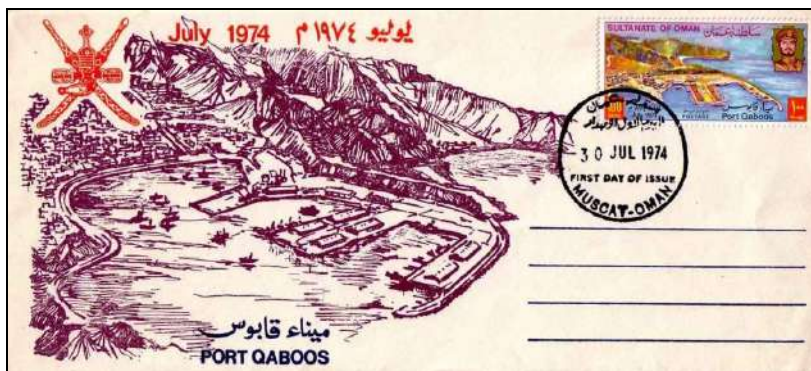


Ryc. 28. Wielkie formaty (21,5 x 11 cm) i dynamiczny układ graficzny kopert cechują obecne niektóre oficjalne wydawnictwa FDC naszej Poczty. Znaczek i stemple giną w natłoku agresywnej grafiki koperty.

10. Pełnowymiarowe FDC zajmuje zawsze zbyt dużo miejsca na karcie eksponatu. Ograniczenie się zatem do wycinków (znaczek i stemple) umożliwi nam wykorzystanie większej ilości (i różnorodności) walorów na kartach. Twórcy eksponatu pozostaje zawsze jeszcze jedno rozwiązanie: rezygnacja z koperty FDC na rzecz innych walorów.

Ryc. 29. Przy tak dużej kopercie FDC (Norwegia 1995 r.) - format 18 x 12,5 cm - i mało wnoszącemu do tematu rysunkowi stempla (bez jakiegokolwiek tekstu), pozostaje tylko rezygnacja z wykorzystania tego waloru. Nie pomoże tu interesująca szata graficzna wydawnictwa.





Ryc. 30. Jak na Sultanat przystało: 23 x 10,5 cm, bez możliwości wykorzystania w ekspozycji.

Specyficzną formą FDC są urzędowe karty pierwszego dnia, pełniące funkcje folderów reklamowych poczty. Dla filatelistów-tematyków wartość tych wydawnictw zawarta jest wyłącznie na ich odwrocie: wyczerpujące informacje związane z tematem znaczka, niekiedy w kilku językach. Wiedza ta jest bardzo pomocna przy budowie ekspozytu. Same walory już nie.



Ryc. 31, 32. Karty pierwszego dnia poczt niemieckiej i chorwackiej (naklejony znaczek i wydrukowany stempel FDC). Wydawcą folderu niemieckiego z 1984 r. jest Min. Finansów (zwierzchnik poczty), chorwackiego z 1996 r. – poczta tego kraju.

Trzeba dodać, że w niektórych krajach istnieją możliwości zdobycia ostemplowań pierwszego dnia obiegu przez kilka tygodni po wydaniu znaczka, co samo w sobie jest już zaprzeczeniem idei FDC.



Ryc. 33. Amerykańska koperta FDC (u góry po prawej) wykorzystana tylko we fragmencie, dzięki okienku w karcie.

A zatem, przyjrzyjmy się dokładnie naszym FDC i dokonajmy właściwego wyboru.

Ilustracje ze zbiorów autora.

W następnym odcinku: Świat frankatur mechanicznych

Całość pocztowa w ekspozycji tematycznej (3)

Marek Zbiński

Świat frankatur mechanicznych

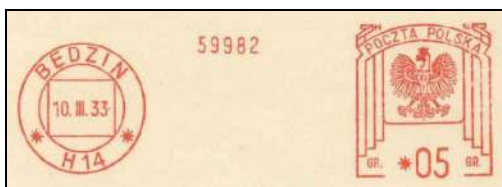
Maszyny frankujące przesyłki pocztowe pojawiły się na początku XX. wieku¹⁾ i od czasu Kongresu Światowego Związku Pocztowego (UPU) w Madrycie w 1920 roku są oficjalnie dopuszczone do użycia w międzynarodowym obrocie pocztowym. W Polsce zaczęto używać maszyn frankujących w 1927 roku.



Ryc. 1. Już w połowie lat 20-tych zaopatrywano maszyny w klisze z nazwą firmy – jej właściciela. Odbitka z maszyny należącej do znanej niemieckiej firmy Bayer z Leverkusen, 1925 r.

Od samego początku, aż do czasów obecnych, maszyny stosowane są przez urzędy i instytucje, organizacje i przedsiębiorstwa (także wyjątkowo przez osoby prywatne) na podstawie zezwolenia wydawanego przez pocztę. Poczta jest także w posiadaniu wzorów odbitek każdej stosowanej na jej terenie maszyny.

Ryc. 2. Próbną odbitką maszyny frankującej szwajcarskiej firmy Hasler z lat 30-tych. Maszyna o numerze identyfikacyjnym H-14 należała do Fabryki Olejów i Tłuszczów Roślinnych I.D. Potoka Synowie Sp. Akc. (tu odbitka bez dwóch klisz reklamowych).



Ryc. 3. Próbną odbitką Hasler H-17 z tomaszowskiej fabryki jedwabiu sztucznego. Na odbitce wyraźny stempel SPECIMEN.



Maszyny frankujące spełniają kilka ważnych funkcji, które przyczyniły się ich wielkiej popularności na całym świecie. Zaoszczędzają czas potrzebny do klejenia znaczków na

przesyłkach, rejestrują wydatki na opłaty pocztowe, eliminują potrzebę stemplowania kopert pieczętką z nazwą i adresem nadawcy i są nośnikiem reklamowym dla firmy i jej produktów. Poczta zaoszczędza czas potrzebny na stemplowanie masy przesyłek i koszty produkcji milionów znaczków pocztowych. Można powiedzieć, że poczta zezwala właścicielowi maszyny na produkcję własnych znaków opłaty.

Produkcją maszyn frankujących zajmuje się wiele firm, które sprzedają swoje wyroby na całym świecie.

W procesie produkcyjnym w miejscu docelowego datownika montowany jest często próbnie datownik niemy (Vorfürstempel = stempel demonstracyjny).

Ryc. 4 Produkt f-my Postalia



Do prób używa się także datownika producenta lub dystrybutora maszyn.

Ryc. 5. Produkt sprzedawany przez poznańską firmę EMAX



Odbitka z maszyny frankującej składa się z reguły z trzech elementów: znaku opłaty wg wzoru ustalonego przez pocztę, datownika oraz części informacyjnej (reklamowej), której wygląd, jako jedyny element pozostaje w gestii użytkownika. W początkowym okresie w Polsce stosowane były maszyny f-my Midget ze stałymi kliszami z godłem i opłatą. Istniała zatem często konieczność dokładania drugiej lub więcej klisz.



Ryc. 6. Opłata za przesyłkę gazetowa w wys. 10 gr osiągnięto dokładając drugą kliszę 5-groszową. Odbitka (Midget - typ A1) Biblioteki Arcydział Literatury z Warszawy z 1929 roku.

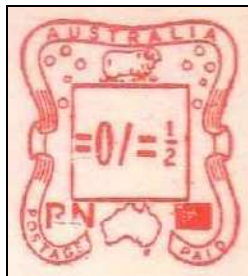
Od chwili wprowadzenia maszyn do użycia, podstawowym kolorem farby do stemplowania był kolor czerwony. Z biegiem czasu w niektórych krajach rezygnowano z tego (narzuconego przez UPU) rygoru. Spotyka się zatem odbitki czarne, niebieskie, a nawet zielone. W niektórych krajach stosowano maszyny dwu- i więcej kolorowe.

Frankatury mechaniczne (a właściwie odbitki maszyn frankujących) są dla filatelistów prawdziwą kopalnią materiału do stworzenia eksponatu wystawowego. Obok znaczków mogą stanowić podstawowy rodzaj walorów w eksponatach tematycznych²⁾.

Standardowy znak opłaty (z godłem lub nazwą państwa) tylko wyjątkowo wykorzystywany jest w ekspozycie tematycznym - jeśli jego elementy graficzne mają charakter związany z prezentowanym tematem.



Ryc. 7 i 8. Australijskie znaki opłaty z elementami tematycznymi (windsurfing lub owca)



Odcisk datownika maszyny może spełniać w ekspozycie tematycznym taką samą rolę jak odcisk datownika ręcznego.

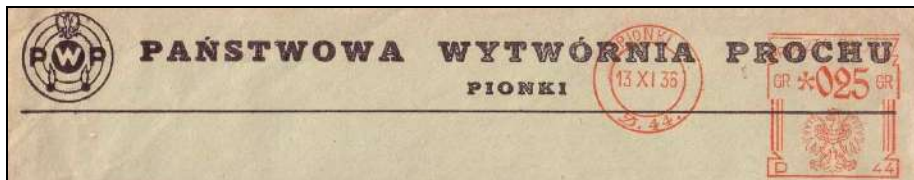
Ryc. 9. Frankatura Zakładów Azotowych w Tarnowie-Mościcach nie posiada kliszy reklamowej, ale dzięki tekstowi datownika nadaje się do wykorzystania w ekspozycie



W użyciu są także maszyny frankujące tylko ze znakiem opłaty. Wykorzystanie ich w ekspozycie nie jest zatem celowe.

Ryc. 10. Taki walor wykorzystamy wyłącznie do tematu „Kolejnictwo” i to ze względu na wirnik, nie frankaturę, która tu spełnia wyłącznie funkcję znaczka pocztowego.

To samo można powiedzieć o odbitkach nie zawierających kliszy reklamowej. Ani znak opłaty, ani datownik nie wniosą w tym przypadku nic do tematu. Nazwa firmy na kopercie nie ma znaczenia filatelistycznego.



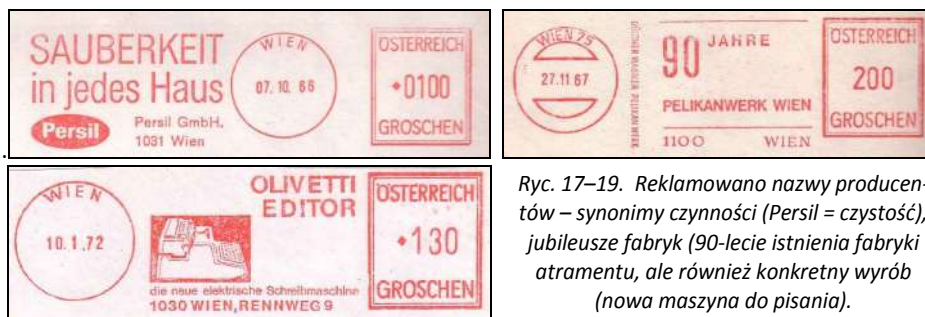
Ryc. 11. Odbitka z maszyny należącej do Państwowej Wytwórni Prochu w Pionkach, 1936 r.

Najciekawszą częścią odbitki pozostaje zatem dla nas jej część reklamowa. Nie ma chyba tematu, dla którego nie dałoby się znaleźć pasujących frankatur mechanicznych.



Ryc. 12–16. Dla każdego, nawet najbardziej wyszukanego tematu, na rynku filatelistycznym znajdziemy pasujące odbitki maszyn frankujących z całego świata.

Frankatury mechaniczne wykorzystywane są dla reklamy, szczególnie chętnie, przez producentów wszelkich artykułów, handel i usługi. Proces ten uległ pewnemu zahamowaniu w ostatnich latach. Jest to wynik rozwoju innych, bardziej bezpośrednich i agresywnych form reklamy (bilboardy, media, internet).



Ryc. 17–19. Reklamowano nazwy producentów – synonimy czynności (Persil = czystość), jubileusze fabryk (90-lecie istnienia fabryki atramentu, ale również konkretny wyrób (nowa maszyna do pisania).

Producenci posuwali się nawet do bardziej szczegółowej reklamy.

Ryc. 20. Fima Rheila zachęcała do kupna swoich tabletek na kaszel, podając ceny za ich mniejsze i większe opakowanie (45 i 90 Pf).



Zaawansowanemu kolekcjonerowi wpadają często w rękę odbitki, z którymi nie zawsze może sobie od razu poradzić. Potrzeba cierpliwości w poszukiwaniach, aby precyzyjnie zidentyfikować ilustrację na odbitce.

Przykładem może być wycinek z koperty z niepozornie wyglądającą frankaturą. Ładny podpis, trochę jak z opakowania wedlowskiej czekolady. Dopiero głębsze badania odcyfrowują ten podpis – to logo znanego w świecie producenta farmaceutycznego. Koncern E.MERCK został założony w Darmstadt (Hesja), jako kontynuacja istniejącej tam od 1668 r. „Apteki Pod Aniołem”.

Ryc. 21-22. Z historii koncernu E.Merck



Frankatury mechaniczne wykorzystywane są powszechnie do celów propagandowych, nie tylko w czasie pokoju, jak i w czasie wojny.



Ryc. 23. Czas wojny to czas wyrzeczeń. Kanadyjska frankatura propagująca zbiórkę na cele wojenne, 1942 r.

Szczególnie często korzystano z tego medium w walce o poprawę bezpieczeństwa drogowego.

Ryc. 24. Frankatura dyrekcji kolei niemieckich (DB) w Hamburgu



W całej masie frankatur wyróżnić można kilka szczególnie interesujących przypadków.

Jednym z nich są odbitki Centralnej Służby Kurierskiej NRD (Zentraler Kurierdienst), instytucji parapocztowej powołanej do obrotu przesyłkami służbowymi. Dla odróżnienia ZKD stosował w swoich maszynach tusz fioletowy. Funkcjonowanie ZKD nie łamało reguł UPU, gdyż przesyłki opatrzone insygniami tej firmy były dostarczane wyłącznie na terytorium NRD.

Ryc. 25-26. Frankatury kombinatu chemicznego BUNA z 1960 r. (Deutsche Post) oraz z 1965 (ZKD)



Zwyczajowo datownik maszyny frankującej wskazuje dzień nadania przesyłki w macierzystym urzędzie pocztowym. W niektórych krajach istnieją jednak odstępstwa od tej reguły.



Ryc. 27-28. Amerykańskie frankatury dla przesyłek masowych bez kalendarza w datowniku.

W wielu krajach (m.in. Szwajcarii, Niemczech i Holandii) wykorzystuje się frankatury mechaniczne również do frankowania przesyłek z opłaconą odpowiedzią, wysyłanych m.in. przez firmy i instytucje.

Ryc. 29. Koperta „na odpowiedź” z odbitką frankaturyz datą 7.08.1991, wykorzystana po przeszło roku – ręczny datownik z 2.10.1992 r.

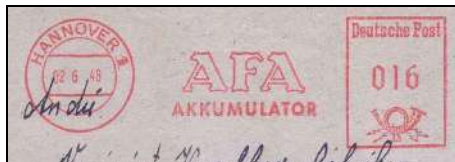


Ryc. 30. Koperta listu zwykłego z 1949 r.

Frankaturą mechaniczną można także – w specjalnych okolicznościach - kasować znaczki pocztowe. Taka sytuacja miała miejsce w Niemczech w okresie od 1.12.1948 do 31.03.1956 roku. Obowiązywały wówczas znaczki dodatkowe (o nominale 2 Pf) będące podatkiem na pomoc dla Berlina Zachodniego. Zwyczajowo kasowano je ręcznie – tu wyręczono się odbitką maszyny.

Za pomocą frankatur mechanicznych można śledzić nie tylko rozwój konkretnej firmy, ale także historycznie uwarunkowane zmiany geopolityczne. Szczególnie wyraźnie obserwujemy to na przykładzie powojennej historii Europy. W wielu krajach nastąpiły przesunięcia terytorialne, zmieniało się nazewnictwo państw i poczt.

W przedwojennych niemieckich maszynach frankujących przerabiano głównie kliszę z nazwą państwa (poczty). Zmieniano napis Deutsche Reichspost i wycinano z kliszy „glapę” (w niektórych typach maszyn były klisze ze swastyką). Z biegiem czasem zamieniano takie kalekie klisze na nowe z napisem Deutsche Post.



Ryc. 31-35. Przykłady metamorfozy przedwojennych maszyn – od wycięcia „glapy” do likwidacji wszystkich elementów poprzedniej epoki.

W ostatnich latach na rynku filatelistycznym pokazały się spore ilości tzw. metryk maszyn frankujących, głównie z archiwów niemieckiej firmy *Frankotyp*. Te interesujące walory nadają się bezsprzecznie do wykorzystania w naszych ekspozycjach.

Stempelbild 7261

100 HANNOVER 12 8 53

100 OBERKOLLEBACH 21 8 52

PERLSOCKE SUPERLASTIC AUS EINEM HAARSTÄHLE PERLOCHFADEN SCHWARZWÄLDER STRUMPFABRIK G.M.B.H.

DEUTSCHE BUNDESPOST 020

Francotyp: Oc 3195 Kennzahl:

Firma: Schwarzwälder Strumpffabrik G.m.b.H., (17b) Oberkollbechen über Gelnhausen 2

Post: (17b) Oberkollbechen über Gelnhausen 2

Motor Nr. Volt PS

Uebersetzung: Motor Masch. Riemen

Geliefert: 22.8.1952

Wertkartenbetrag: DM 100.--

Postschlüssel: Permutationsnummer: K 3320

Klischee: 1 auswechselb. fest

Spezialeinrichtungen: 24,55

Merkmale: 227.171

PERLSOCKE ADMIRAL GANZ AUS PVA-NATURSEIDE

Ryc. 36. Metryka z danymi maszyny firmy *FRANCOTYP* zawiera oprócz parametrów technicznych także odbitki poprzednio wymienianych datowników i klisz reklamowych.

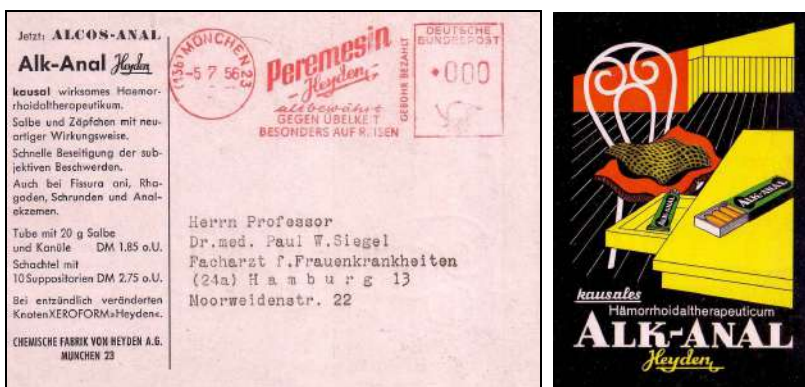
W procesie powstawania i rejestracji maszyny przez pocztę powstają różnego rodzaju odbitki próbne i wzory. Różnią się one od zwykłych „zerowych” odbitek wykonywanych także do celów filatelistycznych.



Ryc. 37. Grzecznościowa odbitka z maszyny posiadającej zezwolenie, ale nie wprowadzonej do użycia, 1998 r.

Oczywiście, użycie filatelistycznej „odbitki zerowej” nie dyskredytuje całego eksponatu. Naszym staraniem powinno być jednak zdobycie odbitek użytych pocztowo.

Specyficzną formą „zerowej odbitki” jest wykorzystanie maszyny do masowych przesyłek reklamowych opłacanych bezpośrednio na poczcie w systemie ryczałtowym.



Ryc. 38-39. Przesyłka reklamowa opłacona gotówką na poczcie (Gebühr bezahlt) – klisza z napisem „Peremesin” spełnia tu dodatkową funkcję reklamową.

W procesie przygotowywania przesyłek do ekspedycji w firmach lub urzędach może czasem dojść do nie zamierzonych pomyłek, które z reguły wychwytywane są później przez pocztę.

Znajdujemy przesyłki z frankaturą mieszana – za pomocą maszyny i znaczków pocztowych. W przypadku listu do Szwajcarii (ryc. 40), nie zauważono tego faktu w firmie wysyłającej list (27.09.1938) i dopiero następnego dnia w urzędzie oddawczym dolejonono brakujące 13 Pf.

Ryc. 40. Mieszana opłata na liście z Bitterfeld do Brugg, 1938.



W naszym eksponacie powinniśmy wykazać się wiedzą o wykorzystywanym materiale filatelistycznym. Dotyczy to również znajomości rzadkich maszyn frankujących, których odbitki spotyka się tylko sporadycznie na rynku filatelistycznym.

Ryc. 41. Odbitka rzadko spotykanej maszyny frankującej typu BAFRA (klisze w układzie pionowym).



Bazując na wieloletniej obserwacji katalogów aukcyjnych, rynku filatelistycznego i wysokiej rangi eksponatów, można śmiało powiedzieć, że do najrzadszych należą z pewnością odbitki frankatur do lat 30-tych ub. wieku. Ale spotyka się są też wyjątki.

Na pokładzie kilku statków pasażerskich należących do niemieckich linii żeglugowych (HAPAG, Północnoniemiecki Lloyd i Niemiecka Linia Afrykańska) stosowano w latach 50-tych maszyny frankujące, które jednak nie spotkały się z dużym zainteresowaniem przewożonych gości. Istnieją tylko pojedyncze odbitki próbne, nie zachowała się ani jedna przeżyła oryginalna z taką frankaturą.



Ryc. 42. Fotokopia odbitki próbnej maszyny frankującej ze statku MS WINDHUK, kursującego na trasie z Hamburga do portu Beira w Mozambiku (ilustracja z książki H.-W. Bosserhoffera „Motivphilatelie”)

Podobną rzadkością była przed laty odnaleziona w latach 90-tych odbitka z maszyny frankującej z niemieckiego Ministerstwa Współpracy Gospodarczej z Zagranicą w Bad Godesberg (dzielnica Bonn). W katalogach aukcyjnych wyceniano ją na kilka tysięcy marek.



Ryc. 43. Spektakularna pozycja wielu aukcji filatelistycznych (ilustracja z katalogu aukcyjnego G. Roidl z 1993 r.)

Można bez przesady stwierdzić, że podobnie trudno jest znaleźć ładnie odbite polskie frankatury mechaniczne na dobrze zachowanych przesyłkach z końca lat 40-tych.



Ryc. 44. „Dobre planowanie przyspiesza odbudowę kraju” – franktura propagandowa z 1949 r.

Jedno z podstawowych pytań wielu wystawców brzmi: użyć w ekspozycji całą przesyłkę z odbitą na niej frankaturą, czy wystarczy wycinek z koperty? Można z całą odpowiedzialnością stwierdzić, że pokazywanie wycinków z frankaturami w żaden sposób nie wpływa na ocenę eksponatu. Oczywiście, starszych (klasycznych) frankatur, które uda nam się zdobyć na kompletnych przesyłkach, nie powinniśmy wycinać z kopert, a zaprezentować w ekspozycji techniką „okienkową”. Przesyłki specjalne (zlecenia pocztowe, opaski gazetowe, przesyłki lotnicze z dodatkowymi stemplami, przesyłki, których wysokie porto spowodowane jest dodatkowymi usługami pocztowymi) powinniśmy – w miarę możliwości pokazywać w całości.



Ryc. 45-47. Przesyłki z frankaturami, które pokażemy w całości w naszym ekspozycie (paczkowy adres pomocniczy z frankaturą firmy E. MERCK z 1944 r., opaska gazetowa – f-ma REI z 1954 r. oraz przesyłka lotnicza do Urugwaju z firmy oponiarskiej CONTINENTAL z 1936 r.)

W każdym razie, powinniśmy unikać w ekspozycji prezentowania walorów w złym stanie zachowania oraz takich, na których odbitka frankatury nie stanowi ich centralnego punktu (ryc. 48).

Ryc. 48. Kartka z prywatnym zamówieniem na miód opłacona za pomocą maszyny frankującej należącej do fabryki akumulatorów, 1955.



Należy dodać, że maszyny frankujące stosuje się nie tylko w obrocie pocztowym, ale także do innych celów. Przykładem może być odbitka z Wenezueli z maszyny należącej do tamtejszego Ministerstwa Skarbu (ryc. 49). Za jej pomocą kwitowane są np. należności podatkowe.



Ryc. 49

Wszystkim filatelistom-tematykom wypada w tym miejscu życzyć cierpliwości i odrobiny szczęścia w poszukiwaniu ładnych i ciekawych odbitek do swoich eksponatów. Przynajmniej takich, jak ta poniżej:



Ryc. 50. Reklama suchego szamponu do włosów f-my SCHWARZKOPF, 1929

Ilustracje ze zbiorów autora.

W opracowaniu wykorzystano informacje z Katalogu Specjalizowanego Znaków Pocztowych, 1990 oraz Filatelisty, nr 7/1956.

1) maszyny norweskiej firmy „Krag Maskinfabrik” działały w Oslo w latach 1903-04

2) autor w swoim 8-ekranowym ekspozycie tematycznym prezentuje ok. 130 frankatur mechanicznych

Całość pocztowa w ekspozycji tematycznej (4)

Marek Zbiński

Ilustracje i teksty reklamowe na całosciach pocztowych

Umieszczanie ilustracji na przesyłkach przeznaczonych do obrotu pocztowego nie jest niczym nowym ani wyjątkowym. Już na pierwszych całostkach świata, tzw. kopertach Mulready'ego z 1840 roku, projektant umieścił na przedniej stronie piękną ilustrację o wielu motywach, wykorzystywanych dzisiaj chętnie przez filatelistów-tematyków.

Wraz z rozwojem technologicznym, jaki nastąpił w drugiej połowie XIX wieku, powstało zapotrzebowanie na reklamę wielu produktów i ich producentów. Poczta, która rozwijała się także w zawrotnym tempie, przejęła chętnie to zadanie. Na kopertach, kartkach (w tym drukach), blankietach telegraficznych, ale też na pokwitowaniach usług pocztowych, pojawiało się coraz więcej reklam. W ślad za reklamami firm na wydawnictwach pocztowych zaczęły się pojawiać także obrazki (fotografie) ukazujące interesujące miejsca danych krajów. Wiele z tych walorów może z powodzeniem być wykorzystywanych w ekspozycjach tematycznych. Podstawą jest ich zgodność z zasadami filatelistyki tematycznej.



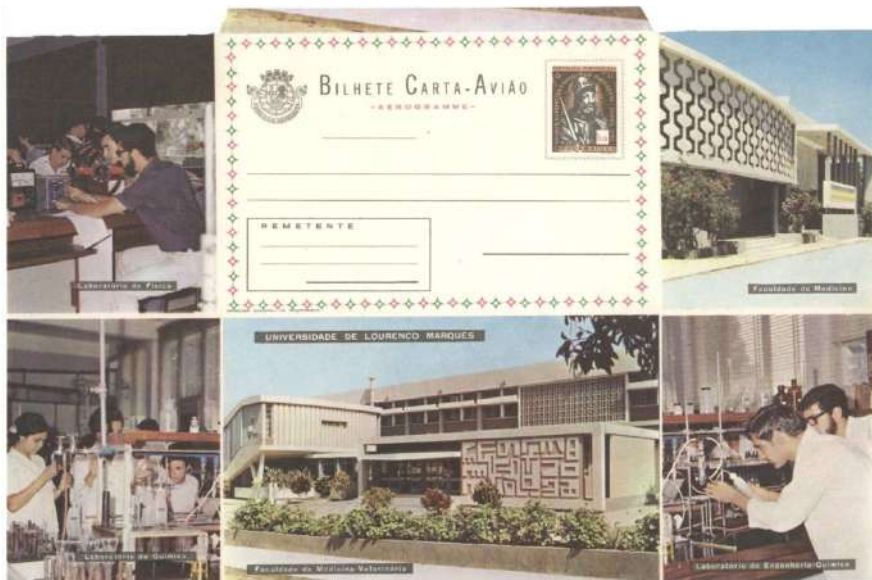
Ryc. 1-4. Całostki pocztowe z ilustracjami i reklamami (australijska prowincja Victoria - z reklamą wyrobów tytoniowych i piwa z końca XIX w., Urugwaj – z widokiem na fabrykę koncentratu mięsnego w mieście Benton, 1902 r., Zw. Radziecki – propagującą apteczki domowe, 1929 i Belgia – wczesny publibel z 1944 r.)

Poczucie lokalnej dumy było od zawsze motorem umieszczania - także na oficjalnej korespondencji urzędów i instytucji - elementów propagujących (tak w formie ilustracji jak i tekstów) rodzime okolice i ich wszelakie osiągnięcia. Szczególnie popularne stało się to w czasie, kiedy wprowadzano maszyny frankujące.



Ryc. 5. Taką kopertę pokazujemy w całości w naszym ekspozycie. List z niemieckiego Cottbus do Królewskiej Huty (do 1922 r. Königshütte O.S.) z 1929 r.

Przesyłka ciekawa także dla historyków poczty. Opłata za list do Polski wynosiła wówczas 25 Pf. Opłacono tylko 15 Pf (jak za list krajowy). Poczta Polska narzuciła w Królewskiej Hucie dopłatę w kwocie 40 groszy. List nie został odebrany i poczta unieważniła naklejone już znaczki dopłaty stempelem „Porto strącone” i odesłała list do nadawcy.



Ryc. 6. Aerogram Poczty Mozambiku (z czasów kolonialnych) z dumą prezentujący fotografie sal wykładowych miejscowego uniwersytetu.

Od lipca 2011 do marca 2012 w miesięczniku „Filatelista” mieliśmy okazję zapoznać się z ciekawą historią koperty listowej¹⁾. Z nieukrywanym niepokojem śledziliśmy jednak ukazywanie się kolejnych odcinków tej historii. Niestety, tylko nieliczne opisywane w niej walory mogą predestynować do umieszczenia ich w naszych ekspozycjach. Dla mniej doświadczonych tematyków wiele z przedstawionych w tych artykułach walorów mogły stanowić prawdziwe pułapki kolekcjonerskie. Poniżej kilka uwag tematyka do tej historii.

Koperta Mulready’ego (Filatelista, nr 7/2011) występuje w dwóch formatach – rozłożonej koperty [Mi U1 i U2] w kształcie rombu lub składanego arkusza [Mi F1 i F2] formatu ok. 21 x 23 cm. Obie całości (zawierały wydrukowaną informację o opłacie 1 lub 2 pency) po wykorzystaniu przez nadawcę do napisania wiadomości były składane i zaklejane do formatu ok. 13 x 8 cm. Informacje w napisanym liście były niedostępne dla postronnych. Część tych całości została wykorzystana w całości dla celów reklamowych – brak zatem na nich tekstów pisanych. Więcej o tych kopertach pisaliśmy na łamach biuletynu TEMATICA w numerze 2/2011.

Koperty z napisem „Wzory bez wartości” możemy umieścić w naszym ekspozycie, jeżeli są na niej naklejone np. znaczki z perfinami, bądź z frankaturą mechaniczną. „Wzory bez wartości”, znane również jako „Próbki towarowe” są rodzajem druków o znacznie obniżonej opłacie względem swojej wagi. Nie mogły one zawierać żadnej korespondencji. Zamknięcie klamrą metalową umożliwiało ewentualną kontrolę zawartości koperty przez pocztę. Opisywana koperta nadana przez BASF (nr F 10/2011) jest powszechnie znanym środkiem do przesyłania próbek, nie do wykorzystania w ekspozycie tematycznym, podobnie jak pokazana poniżej koperta (Ryc. 7).



Ryc. 7. „Wzory bez wartości” wysłane z Zakładów Przem.-Handlowych Pelta i Pomorski w Łodzi, 1937. Tego waloru w ekspozycie tematycznym nie użyjemy.

Ryc. 8. Jeśli próbka towarowa nie jest opłacona znaczkami, ale za pomocą maszyny frankującej nadawcy, pokazanie całej koperty jest jak najbardziej uzasadnione. Belgia, ok.1940 r.

W zakończeniu części piątej historii kopert (nr 12/2011) autor pisze m.in.: „Podobnych kopert ze znakami graficznymi i rysunkami dotyczącymi firm i produktów jest wiele na świecie i mogą stanowić znakomity materiał kolekcjonerski tym bardziej, że znane są one

przynajmniej od lat sześćdziesiątych XIX wieku. Materiał ten może służyć zarówno do badań nad reklamą w XIX i XX wieku, jak również stanowić istotny materiał dla filatelistów, bowiem koperty z nadrukami znajdowały się w obrocie pocztowym i jako całości stanowią cenne dokumenty filatelistyczne”.

Prywatne, nie pocztowe ilustracje i teksty reklamowe na kopertach, nie mają niestety żadnego uzasadnienia w ekspozycji tematycznej. Mogą w wyjątkowych sytuacjach ilustrować bądź uzupełniać inne elementy filatelistyczne na prezentowanej przesyłce (stempel okolicznościowy, frankaturę, perfony itp.).



Ryc. 9. Ilustracja na kopercie uzupełnia informację tematyczną w ekspozycji. Frankownica należy do firmy produkującej m.in. odzież ochronną, a reklama dotyczy procesu sanforyzacji, czyli uszlachetniania tkanin zmniejszające ich rozciągliwość w trakcie normalnego użytkowania.

Zwracam uwagę na wykorzystanie górnego wycinka koperty, bez konieczności „watowania” karty dużą powierzchnią całej koperty.



Ryc. 10. Pół wieku temu plastikowe kołnierzyki do męskich koszul nie były czymś nadzwyczajnym. Wykorzystanie całej koperty pozwala to lepiej przedstawić w ekspozycji. W. Brytania, 1957.

Ryc. 11. Dopiero ilustracja na kopercie pozwala zrozumieć małe logo kosmetycznej firmy SILVERWA z miejscowości Frauenwald (po polsku Kobięcy Las). Przedstawia ono kobietę zbierającą w lesie zioła. Powstała w 1932 roku firma produkowała z ziół z lasów Turyngii kosmetyki do pielęgnacji włosów.





Ryc. 12 i 13. Ilustracje bądź teksty reklamujące firmy pomagają tematynom w identyfikacji perfinów. Pokazanie perfina na całej przesyłce uatrakcyjnia wielokrotnie tematyczną wymowę „znaczką z dziurkami”. Koperta z fabryki margaryny Van den Berg's Margarine Ges. z niemieckiego Cleve (znaczek z dziurkowaniem VDB z 1901 r. oraz kartka z Kriegschemikalien A.G. z 1916 r.

We wstępie do odcinka VI autor pisze: „Nie wspominam o ich [kopert z reklamami – przyp. M.Z.] roli w budowaniu filatelistycznych zbiorów tematycznych”. Nie wiemy, co autor historii koperty miał na myśli. Dla nas, tematyków, najważniejszym jest **pocztowe pochodzenie wykorzystywanego waloru filatelistycznego**.

W obecnym czasie kształtuje się nowa podkategoria w wystawienniczej klasie historii poczty - dla eksponatów z zakresu tzw. filatelistyki społecznej lub socjalnej. Zajmuje się ona takimi tematami (i walorami), jak opisywane przez autora w „Filateliście”. Także mało popularna u nas klasa otwarta daje możliwości wykorzystywania podobnych walorów. Ale to już nie jest tematyka.



Ryc. 14 i 15. Ciekawe przesyłki do eksponatu z historii poczty, dla tematyka bez możliwości wykorzystania (kartka ekspresowa z Portu Gdańsk do Bydgoszczy z 1930 r. oraz opaska gazetowa do USA z 1939 r.)

Przypadkiem szczególnym przy budowie eksponatu jest prezentacja na kartach wystawowych np. frankatur mechanicznych na całych przesyłkach, jeśli pokazanie ich na wycinkach jest optycznie nie komfortowe. Powodem jest zwykle układ szaty graficznej karty lub koperty.



Ryc. 16 i 17. Wycinanie z tych przesyłek frankatur mechanicznych było by filatelistycznym barbarzyństwem. Wraz w przesyłkę stanowią całość, godną ich pełnego pokazania.

Przez dziesięciolecia rola przesyłki pocztowej jako nośnika informacji pozostała w zasadzie nie zmieniona. Już w latach czterdziestych XIX wieku pojawiły się sekretniki i koperty, w latach późniejszych także kartki, będące głównie nośnikami reklam. Spełniały one dobrze swoją rolę przez przeszło 100 lat.



Ryc. 18. Całośćka na prywatne zamówienie (awers i rewers) z reklamami m.in. magazynu z meblami, producenta pantofli, instytutu piękności, loterii i wywiadowni gospodarczej, Niemcy (seria 13b)



Ryc. 19. Sekretnik berlińskiej poczty miejskiej HANSA z reklamami pralni chemicznej, drukarni i wydawnictwa



Ryc. 20. Francuskie sekretniki z licznymi reklamami z obniżonym porto zawierały miejsce na krótką korespondencję



Poczta była kiedyś instytucją zajmującą się nie tylko przesyłką listów i paczek, obsługiwała telegraf (później telefon) oraz prowadziła obrót pieniężny (wraz z usługą prowadzenia książeczek oszczędnościowych dla ludności). W miarę czasu w różnych krajach z poczty wydzielaly się usługi telegraficzne i bankowe. Z filatelistycznego punktu widzenia – jeśli firmy te wyodrębniły się z poczty – ich formularze są przedmiotem zainteresowania filatelistów-tematyków. Zwiemy je popularnie formularzami pocztowymi (niem.: Postsachen).



Ryc. 21 i 22. Służbowe koperty banków pocztowych służące np. do przesyłania wyciągów bankowych klientów były zawsze wdzięcznym medium reklamowym. Belgia 1936 i Niemcy 1927.



Ryc. 23. Współczesna pocztowa koperta służbowa z reklamą nawozów na odwrócie, Francja.



Ryc. 24 i 25. Pokwitowanie nadania telegramu też może być nośnikiem reklamy, Indie 1937 oraz Turcja 1927



Ryc. 26. Koperta od telegramu z reklamą mydła, Indie 1932.

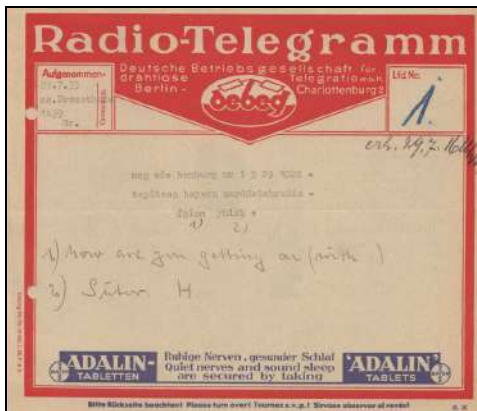


Ryc. 27. Pocztove pokwitowanie opłaty za odbiornik detektorowy z reklamą czasopisma „Radio” na odwrocie, 1933.



Specyficznym wyjątkiem od zasady wyłączności poczty jest służba telegraficzna. Zgodnie z definicją odpowiedniego materiału filatelistycznego, który „...był używany bądź też

traktowany jako ważna opłata pocztowa przez agencje pocztowe rządowe, lokalne lub prywatne, lub przez inne, mające odpowiednie uprawnienia władzy – w celu przesyłania korespondencji, zapewnienia innych sposobów łączności pocztowej lub innych opłat oficjalnych należności”, pokazujemy w naszych ekspozycjach blankiety telegraficzne firm, które oprócz poczt państwowych trudniły się legalnie tym zajęciem.



Ryc. 28. Blankiet radiotelegramu nadanego z Łądu do stacji telegraficznej firmy Debeg na pokładzie niemieckiego statku ss „Prometheus”, 1939 r. Na odwrocie reklama innego medykamentu firmy Bayer.



Ryc. 29. Blankiet telegraficzny z „gotowymi” tekstami życzeń z okazji Bożego Narodzenia firmy Western Union, amerykańskiego operatora telegraficznego, ok. 1950.

Zajrzyj na stronę:



Warto!

Całość pocztowa w ekspozycji tematycznej (5)

Marek Zbierski

Formularze pocztowe

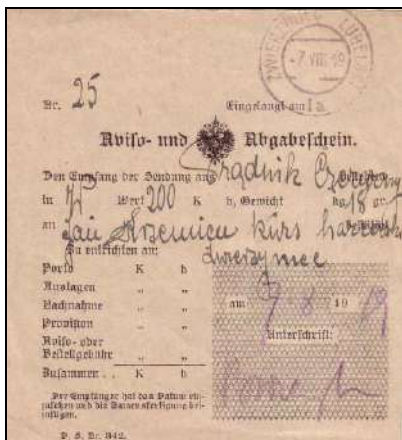
Oprócz powszechnie wykorzystywanego materiału filatelistycznego – znaczków, całostek, datowników – formularze pocztowe są znaczącym wzbogaceniem każdego ekspozycji tematycznej. W Regulaminie Specjalnym Oceny Ekspozycji Tematycznych czytamy m.in., że „wiedza filatelistyczna, osobiste studia i badania oceniane będą rozważając (...) obecność najszerszego z możliwych zakresu materiału pocztowo-filatelistycznego i jego zrównoważone wykorzystanie. [art. 4.2.2., Zasady Wystawiennictwa...]

Filatelisty-tematyki, posiadający ambicje wystawiennicze, nie powinni rezygnować z poszukiwań takiego materiału. Jest on często cenowo atrakcyjny, gdyż wielokrotnie pozabawiony jest znaczków, które interesują także rzeszę historyków poczty i tradycjonalistów. Dla formularzy pocztowych nie przewidziano osobnej klasy wystawienniczej, chociaż ich znaczenie filatelistyczne jest bardzo znaczące.

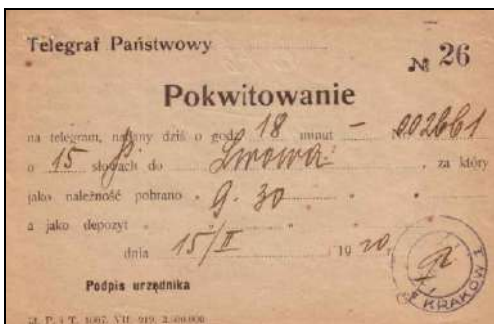
Poczta używa formularzy w celu poświadczania, potwierdzania, kwitowania, powiadamiania i dokumentowania wykonywanych usług. Działalność poczty, polegająca na:

- doręczaniu listów, paczek i gazet,
- obrocie pieniężnym (przekazy pocztowe), prowadzeniu kont oraz książeczek oszczędnościowych,
- usługach radiofonicznych,
- usługach telefonicznych i telegraficznych,
- przewozie osób,

odbywa się częstokroć z wykorzystaniem formularzy. O niektórych z nich wspominałem już przy innej okazji na łamach biuletynu TEMATICA (nr 4, str. 25-27).



Ryc. 1-2. Formularze pocztowe, które mało interesują tematyków (awizo przesyłki wartościowej z VII 1919 r. oraz pokwitowanie nadania telegramu z II 1920 r.).



Niektóre formularze wykorzystywane są wyłącznie w obrocie wewnętrznym poczty i rzadko udaje się je zdobyć filatelistom.



Ryc. 3. Przykład formularza wykorzystywanego wyłącznie w wewnętrznym obrocie pocztowym. Formularz załączany do wiązanki przesyłek poleconych z 1922 r.

Istnieją formularze pocztowe, które mają wydrukowany znak opłaty (bądź informację o wielkości opłaty dokonanej stemplem przed użyciem formularza) - zaliczamy je wtedy do całostek.

Ryc. 4. Pokwitowanie telegraficzne (z roku 1923), które z powodzeniem może znaleźć miejsce w ekspozycje tematycznej.



Takimi walorami z uwidocznionym znakiem opłaty są niektóre formularze z okresu przedznaczkowego - np. recepty saksońskie z pierwszej poł. XIX wieku.



Ryc. 5. Recepty poczty Król. Saksonii z 1845 r. Opłata za wystawienie recepty - 6 pf (formularz ten jest całostką). Analiza herbu daje możliwości wykorzystania w ekspozycjach tematycznych (heraldyka, złoto, zwierzęta futerkowe, myślistwo, drewno).

Analizując formularze pocztowe można zadać sobie pytanie, czy odręczne adnotacje na formularzu mogą być wykorzystane tematycznie? Jeśli adnotacja została dokonana przez urzędnika pocztowego lub w celu przewozu poczty, odpowiedź jest twierdząca. Dotyczy to także danych adresowych nadawcy lub odbiorcy przesyłki, jeśli związane to było z przywilejami pocztowymi (np. zwolnieniem z opłaty). Podstawą do takiego zwolnienia mogło być także użycie znaczków służbowych, pieczętka służbowa nadawcy, pieczęć lakowa lub adnotacja *ex officio* [z urzędu].

„Walory zawierające informacje tematyczne, uzyskane z (...) tekstu (...) zainicjowanego, wprowadzonego lub dodanego przez pocztę oraz zatwierdzonego przez służbę pocztową” mają zastosowanie w ekspozycie tematycznym. „W niektórych przypadkach dane nadawcy i/lub adresata, w połączeniu z elementami pocztowymi dokumentu, mogą być pomocne jako dodatkowa informacja tematyczna.”



Ryc. 6. Recepis poczty Król. Saksonii z 1860 r. Wykorzystanie formularza z nadrukowaną opłatą 6 pf. do celu dostarczenia przesyłki wolnej od opłaty (poprzez skreślenie słów „Scheingeb.” i dodanie adnotacji „ex officio”.

Wszystkie adnotacje na formularzach pocztowych okresu przedznaczkowego pochodzą od urzędników pocztowych. Adnotacje te były co prawda przez „pocztę” wprowadzone na druku formularza, ale nie koniecznie zlecone w swojej końcowej formie. Jednocześnie w innym miejscu czytamy, że „dane nadawcy i adresata stanowią informację bez znaczenia...”. Oba te sformułowania dają się jednak pogodzić. Jeśli założymy, że formularz z wydrukowaną na nim wartością jest całością pocztową, to tekst urzędnika pocztowego jest formą skasowania tej całości (zamiast stempla pocztowego) – uniemożliwienie jej powtórnego użycia. Podobną sytuację znamy z ręcznych skasowań znaczków za pomocą pióra.

W ekspozycie tematycznym możemy wykorzystać formularz ze względu na jego tekst, ilustracje, powód wydania a także historyczne tło użycia.



Ryc. 7. Depesza telegraficzna przesłana z Kolonii do Poznania z 25.01.1858 r. (Królewska Pruska Stacja Telegraficzna w Poznaniu; czas przesyłki 28 minut) z wykaligrafowanym tekstem i informacjami pocztowymi.

Bardziej dostępne od formularzy z okresu przedznaczkowego są formularze późniejsze, szczególnie z pierwszej połowy XX wieku. Do nich należą dodatkowe adresy przesyłowe dla paczek. Są one „nośnikami” pocztowych elementów z informacjami tematycznymi. Nie chodzi tu o prywatne dodruki z nazwą i adresem firmy lub instytucji, które umieszczano na lewej części formularza adresu przesyłkowego. Ważne filatelistycznie są nalepki zawierające oprócz nazwy urzędu pocztowego i numeru kolejnego przesyłki (paczki), także numer posiadacza prawa do masowego odprawiania takich przesyłek (np. w dużych firmach wysyłających znaczne ilości paczek).

Dwuczęściowe nalepki kierunkowe wykorzystywane są w wielu krajach dla oznaczania miejsca nadania paczki. Większa część przyklejana jest na przesyłce, mniejsza na adresie pomocniczym. Nadawcy wysyłający wielkie ilości paczek otrzymują w niektórych krajach prawo do ich samodzielnej ekspedycji.

Ryc. 8. Kompletna nalepka z lat 30-tych.



Ryc. 9. Paczkowy adres pomocniczy, Bawaria 1916 r. Na nalepce nazwa urzędu pocztowego Ludwigshafen am Rhein 1, nazwa ekspediującej firmy (Knoll & Co.), numer ekspedytora (2170) oraz numer paczki (724).

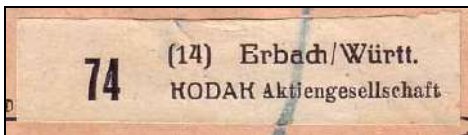


Ryc. 10. Adres pomocniczy na paczkę, 1928, opłata gotówką. Paczkę ekspediowała firma farmaceutyczna E. Merck z Darmstadt.





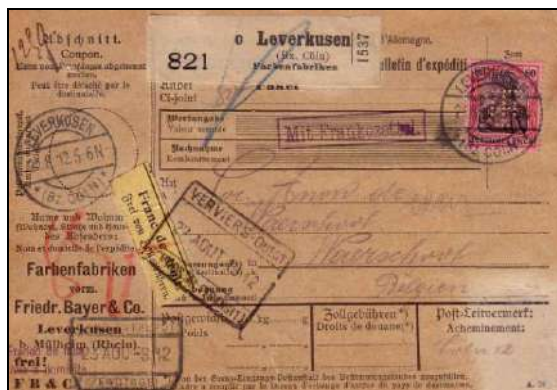
Ryc. 11. Adres pomocniczy z końcowego okresu II wojny (IX 1944). Nadrukowany na formularzu adres nadawcy (Kodak, Berlin) został zmieniony na Erbach w płd-zach. części Niemiec. Elementem do wykorzystania jest tu wyłącznie nalepka paczkowa.



Ryc. 12. Adres pomocniczy z okresu stosowania znaczków obowiązkowej dopłaty na pomoc dla Berlina Zach., 1948 [patrz biuletyn nr 3, str. 18]. Ciekawa nalepka paczkowa – logo i nazwa firmy ekspediującej (Degussa) zostały naniesione za pomocą czerwonego stempelka ręcznego.



Na adresach paczkowych znajdujemy także inne elementy (walory) tematyczne – np. znaczki z perfinami nadawcy przesyłki.



Ryc. 13. Adres pomocniczy z 1912 r. Znaczek opłaty z prywatnym dziurkowaniem (ilustrane odbicie dwóch liter F = Farbenfabrik). Nalepka z nazwą firmy (dzisiejszego koncernu chemicznego) Bayer.



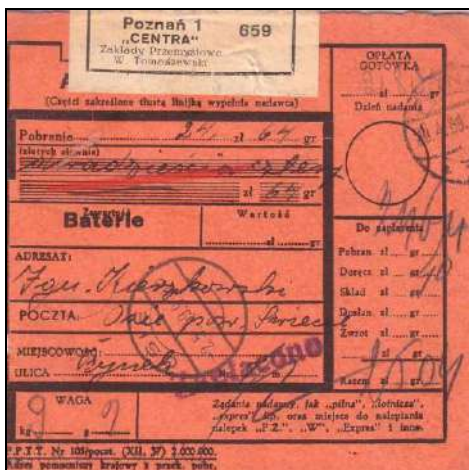
Ryc. 14. Adres pomocniczy z opłatą pocztową uiszczoną za pomocą frankatury mechanicznej nadawcy – firmy farmaceutyczno-chemicznej, producenta mydła „Warta”, 1951 r.



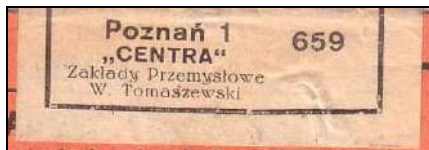
Przy doborze materiału do naszych eksponatów powinniśmy zawsze zwracać uwagę na pocztowy charakter waloru. Wszelkie wątpliwości powinny nas skłaniać do rezygnacji z wykorzystania takiej całości – przykład na ryc. 15.



Ryc. 15. Ilustracja reklamująca produkt nadawcy paczki została prawdopodobnie nadrukowana na odwrocie formularza bez zgody poczty. Poza tą ilustracją brak innych elementów tematycznych.



Ryc. 16. Jedyna znana autorowi polska nalepka paczkowa z okresu międzywojennego z nazwą firmy ekspediującej – dzisiejszej fabryki akumulatorów Centra, 1939 r.



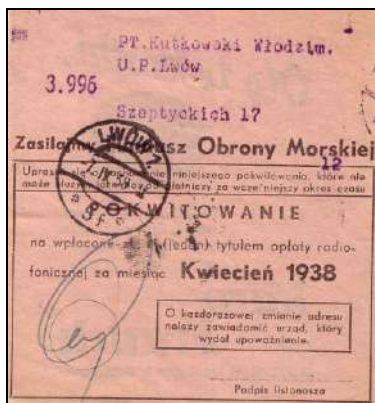
Omawiając temat paczkowych adresów pomocniczych należy wspomnieć, że formularz doręczonej adresatowi paczki nie zawiera z reguły swej lewej części [ryc. 9, 10, 13, 15]. Odcinek ten odrywany jest przez doręczyciela i przekazywany wraz z przesyłką. Prezentowane tu blankiety [także ryc. 11, 12, 14, 16]. pochodzą z archiwów pocztowych i dostały się w okresie późniejszym w ręce filatelistów.

Formularz może być interesującym (mniej popularnym) nośnikiem innego waloru filatelistycznego, dodając mu dodatkowej informacji tematycznej.



Ryc. 17. Formularz przesyłki za pobraniem opłacony znaczkami z perfinami firmy oponiarskiej Continental (perfin CC), 1925.

Formularze, zawierające niekiedy reklamy, stosowane były przez administracje pocztowe wielu krajów. Nie spotyka się ich często, głównie ze względu na brak znaczka opłaty oraz funkcję, jaką miały do spełnienia (pokwitowanie wykonanej usługi pocztowej).



Ryc. 18. Pokwitowanie opłaty radiofonicznej, 1938. Na odwrocie reklama art. spożywczego znanej przed wojną fabryki Franck. Na przedniej stronie wezwanie do zasilania Funduszu obrony Morskiej.



Ryc. 19. Francuski receptis z reklamą farb, 1932.

Ciekawymi formularzami pocztowymi są koperty, w których przedwojenni klienci Poczty Polskiej otrzymywali comiesięczne rachunki telefoniczne. Koperta spełniała również rolę rachunku miesięcznego (wewnątrz znajdowały się m.in. pojedyncze pokwitowania zamawianych rozmów międzymiastowych). Wolor ten nie wydaje się z pozoru szczególnie interesujący (poza tematyką pocztową i telekomunikacyjną), ale na odwrocie zawiera sporych rozmiarów reklamowy stempel współpocztowy, który możemy wykorzystać także do innych tematów.

Ryc. 20. Koperta – rachunek za telefon, z 1938 roku.



Jedną z wielu usług pocztowych jest działalność bankowa. Pocztove Kasy Oszczędności i Banki Pocztove prowadzą swoje usługi przy wykorzystaniu szeregu formularzy pocztowych, które – poprzez zamieszczane na nich reklamy oraz informacje – mogą być interesującym materiałem w naszym ekspozycie.



Ryc. 21. Wyciąg z konta Postscheckamt Dresden, 1923 r. Obie strony formularza wykorzystano dla reklam różnych produktów.

Osobliwą formą formularza pocztowego są całostki pocztowe, które poprzez świadome działanie poczty straciły swój status całostki – głównie poprzez unieważnienie znaku opłaty, bądź wykorzystywanie po okresie jej obowiązywania.



Ryc. 22. Paczki z Ameryki, przychodzące drogą morską do Gdańska, otrzymywały – w latach 20-tych - w polskiej placówce pocztowej Nowy Port zastępcze adresy przesyłkowe. Poczta wykorzystała do tego celu zapasy unarodowionych austriackich formularzy adresów przesyłkowych z tzw. nadrukiem krakowskim.



Ryc. 23. Na potrzeby Wysyłkowego Biura Filatelistycznego Poczty GG w Krakowie, okupacyjne władze przedrukowały znalezione zapasy przedwojennych polskich całówek pocztowych, tworząc formularze służbowe. Formularze tego typu, wykorzystane w obrocie pocztowym, należą do rzadkich i cenionych walorów (Cp z wizerunkiem Prez. Mościckiego).

Całość pocztowa w ekspozycji tematycznej (6)

Marek Zbiński

Całostki prywatne

Kilkakrotnie na łamach naszego biuletynu zajmowaliśmy się całostkami, które zajmują poczesne miejsce na liście materiału filatelistycznego w naszych ekspozycjach tematycznych. Całostki to druki pocztowe z wydrukowanym znakiem opłaty. Z reguły całostki sprzedawane są w okienku w cenie znaku opłaty, ale nie zawsze. Zakup całostki upoważnia do skorzystania z usługi pocztowej, czyli przesłania jej do adresata drogą pocztową. Sprzedaż całostek pocztowych może być regionalnie ograniczona. Pierwsza całostka (zaopatrzona w wydrukowany znak opłaty) została wprowadzona do obiegu 1 października 1869 roku w Austrii. Druk pocztowy bez nadrukowanego znaku opłaty jest formularzem pocztowym (np. tzw. korespondentki rozprowadzane przez PP). Formularz pocztowy z naklejonym znaczkiem staje się całością pocztową (oczywiście po tym, gdy został wprowadzony do obiegu pocztowego).

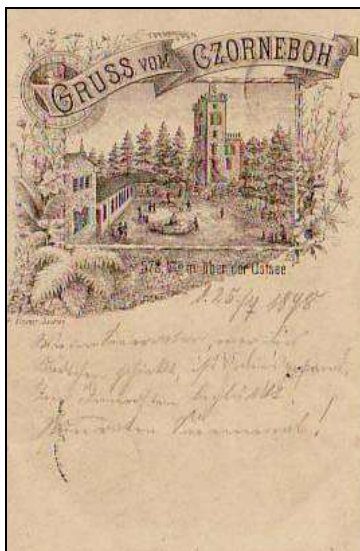
W cytowanej często rodzimej „Encyklopedii filatelistyki” nie znajdziemy niestety żadnych informacji dot. całostek prywatnych. Posłużymy się zatem literaturą zagraniczną.¹⁾

Całostki pocztowe, urzędowe (tzn. oficjalne wydawnictwa pocztowe) z dodrukiem prywatnym to całostki, które można było kupić w okienku pocztowym (lub zamówić w hurtowni pocztowej) i zaopatrzyć „własnym” dodrukiem (co można robić do dzisiaj) z danymi nadawcy lub adresata, reklamującym jakąś firmę lub miejscowość.

Taka operacja nie czyni jednak z całostki oficjalnej tzw. całostki prywatnej. Duża ilość tak powstałych ok. roku 1900 całostek jest czasem katalogowana w specjalistycznych katalogach (w niemieckich - tym samym symbolem PP).



Ryc. 1. Oficjalna całostka niemiecka z 1882 r. z dodrukiem prywatnym (rysunek zabudowań na szczycie Schneekoppe / Śnieżki) – Mi. P1 staje się PP 2 F 4.



Ryc. 2. Ilustracje dodrukowywano także na odwrocie oficjalnych całostek, 1878 r. (PP 6 F 5)

Półoficjalne całostki to wydania, które sprzedawane są poniżej ceny wydrukowanego znaku opłaty lub zawierają dodrukowany znak opłaty (lub kilka takich znaków). Oba typy służą m.in. celom charytatywnym (zbierania datków poprzez ich sprzedaż).



Półoficjalne całostki drukowano z inicjatywy i na koszt organizacji charytatywnych. Ich dystrybucja odbywała się poza siecią pocztową. Na niektórych kartach zawarta jest informacja o obniżonej cenie sprzedaży.

Ryc. 3-4. Całostka na rzecz Czerwonego Krzyża, 1914 r.



Całostki prywatne to skrócona nazwa całostek z wydrukowanym znakiem opłaty pocztowej i wydanych na prywatne zamówienia. Nie obejmują one całostek wydanych przez prywatne firmy pocztowe (np. poczty miejskie).

Dla filatelisty-tematyka całostki prywatne, tzn. wydane przez pocztę na prywatne zamówienie, mają wielkie znaczenie. Bardzo wiele z nich ma bardzo interesujące ilustracje, które poszerzają gamę możliwości w naszych ekspozycjach. Całostki prywatne (*Privatpostkarten / Privatganzsachen*) są kolekcjonowane nie tylko przez tematyków.

Bez wątpliwości najlepiej opisane w literaturze filatelistycznej są niemieckie całostki prywatne, szczególnie wydane do roku 1945. Istnieją liczne katalogi tych całostek, dzięki którym poznajemy bogactwo tematyczne tych walorów.

Ryc. 5. Katalogi Hanspetera Frecha znacznie rozszerzają wiedzę o temacie całostek prywatnych, opisanych w specjalistycznych katalogach firmy Michel.

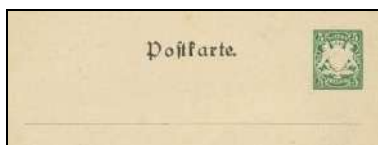


Całostki prywatne wydawała nie tylko Poczta Rzeszy, ale także Poczty Bawarii i Wirtembergii, rzadziej spotykamy wydania dla kolonii niemieckich. W katalogach możemy

znaleźć tysiące całostek z ilustracjami do praktycznie każdego tematu. Dokładne skatalogowanie ma dodatkowy efekt dla rynku filatelistycznego – pomaga ustalić wartość całostki w oparciu o wskazaną przez autorów cenę. W niniejszym opracowaniu zajmujemy się tylko jedną z form całostek – kartką pocztową. Istnieją także całostki prywatne w postaci np. kopert, całostek reklamowych, opasek gazetowych lub sekretników.

Całostki takie produkowano na koszt prywatnych osób, firm czy organizacji. Stały się one w krótkim czasie znakomitym nośnikiem reklamowym.

Ryc. 6. Bawaria PP 15 F 4



Ryc. 7. Kongres Związku Rowerzystów, Bawaria 1901 r. – PP 15 C 40

Ryc. 8. Scena z przedstawienia Męki Pańskiej w Oberammergau, Bawaria 1900 r. – PP 15 C 28

Użyte na stronie adresowej całostki znaki opłaty pocztowej nie muszą odpowiadać wzorom aktualnie

Ryc. 9. Jubileusz straży pożarnej w Dillingen n.D., Bawaria 1913 r. – PP 25 C 103

stosowanych w danym czasie znaków na całostkach oficjalnych poczt. Wiele wydań ma kombinację kilku znaków opłaty, często różnych wydań.

Wiele starszych całostek prywatnych opatrzonych jest tekstem „urzędowa” lub „oficjalna” (niem.: *amtlich* lub *offiziell*), co dodatkowo komplikuje właściwą identyfikację tych walorów. (Przykład na ryc. 8. oraz po prawej)

Ryc. 10. Adresowa strona całostki prywatnej PP 25 C 103 (zob. także ryc. 7) ▷



Kilka efektownych przykładów z bogatej palety tematów:

Ryc. 11. Elegancka para na żaglówce, Bawaria 1899 r. – PP15 C 11

Ryc. 12. Dylizans pocztowy (zjazd filatelistów w 1912 r.), Bawaria – PP 27 C 37

Ryc. 13. Orka koźmi; wydanie z okazji wystawy rolniczej, Bawaria 1908 r. – PP15 C 141



Ryc. 14. Parowiec „Telegraph” przewoźący pocztę, Niemcy 1938 r. – PP 122 C 92.



Ryc. 15. Urząd pocztowy w Saksonii w 1852 r., Niemcy 1938 – PP 122 E 5.

Wydania całostek na prywatne zamówienie nie były anonsowane w rozporządzeniach pocztowych, a rozprowadzaniem zajmował się zamawiający. Niektórych wydań próżno szukać w specjalistycznych katalogach. Także tych, które powstały przez dodrukowanie obrazka lub tekstu na kartkach pocztowych zakupionych na pocztce. Całostki takie są również kolekcjonowane, ale w ekspozycjach tematycznych nie powinny być prezentowane. Kartka po prawej (ryc. 17) z dodrukowanym rysunkiem pływalni we Wrocławiu z 1926 r. przypomina do złudzenia oficjalną całostkę ilustrowaną (*amtliche Bildpostkarte*). Wykonano ją jednak bez zgody pocztu.



Ryc. 16.



Ryc. 17.

Przy zakupie całostek prywatnych należy zachować ostrożność i wytyżać wzrok. Ta sama pocztówka może być oferowana w Internecie zarówno jako widokówka lub całostka na prywatne zamówienie. Nieodzownym jest analiza adresowej strony waloru: czy znak opłaty jest nadrukowany, czy też przyklejony (po prawej stronie u góry)?



Ryc. 18-20. Prywatna całostka bawarska z 1905 r. (PP 15 C 83-02) może być zwykłą widokówką.

1) np. Privatpostkarten-Katalog Deutschland (Ganzsachen auf Privatbestellung) firmy MICHEL

Całość pocztowa w ekspozycie tematycznym (8)

Marek Zbiński

Paczkowe adresy pomocnicze

Paczkowe adresy pomocnicze, znane pod obcojęzyczną nazwą „Paketkarten”, są bez wątplenia bardzo wdzięcznymi walorami dla większości ekspozatów tematycznych. Mimo stosunkowej łatwości pozyskania i przystępnych cen są niezbyt często widziane w większości krajowych ekspozatów tematycznych. Wynika to chyba z braku znajomości języka niemieckiego u szerszej rzeszy rodzimych kolekcjonerów.

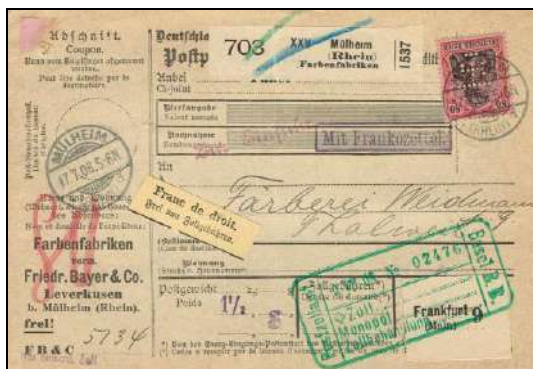
Przydatne dla tematyków „karty paczkowe” (takim określeniem będziemy się posługiwać w tym opracowaniu) zostały wprowadzone w 1874 r. w Niemczech. Wcześniej przesyłowi paczek drogą pocztową towarzyszyły tzw. „listy towarzyszące paczce” (*Paketbegleitbriefe*), zawierające dokumenty związane z konkretną przesyłką.



Ryc. 1, 2. Pruskie listy towarzyszące paczkom z lat 1867 i 1871 (jako całośćka lub opłacony gotówkę).

Takie walory tylko wyjątkowo wykorzystywane są przez tematyków. Natomiast „karty paczkowe” to prawdziwa kopalnia ciekawych walorów. Karty paczkowe [1] są również atrakcyjnymi walorami dla klasycznych wystawców ze względu na często spotykane wysokie nominały wynikające z wagi paczek lub ciekawe ostemplowania. Karty te były przesyłane równoległe do paczek do urzędów oddawczych i archiwizowane.

Paczkowe adresy pomocnicze trafiły na rynek filatelistyczny w wyniku sukcesywnych utylizacji zbędnych dokumentów pocztowych. Szczególnie interesujące są te, które oklejone są znaczkami z dziurkowaniami firmowymi (np. Ryc. 3-5) lub/i mają naklejki pocztowe z nazwą urzędu z dodatkowymi dodrukami nazwy pośrednictwa pocztowego (Ryc. 3, 5, 6 i inne).



Ryc. 3. Wczesna karta paczkowa z 1908 r. (znaczek z perfinem FF).

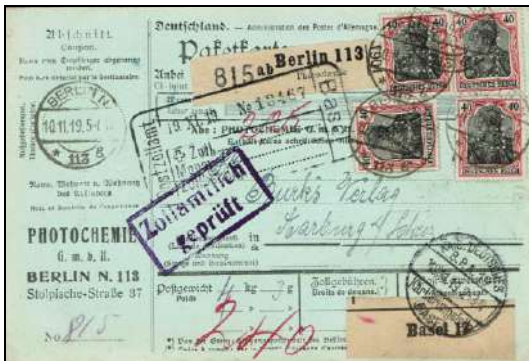
Wiele firm (szczególnie w Niemczech) otrzymało możliwość nadawania paczek w pośrednictwach pocztowych, które mieściły się w ich siedzibach. Paczki, po ich przepisowym przyjęciu, trafiały do standardowego obrotu pocztowego, krajowego i zagranicznego.

Ryc. 4. Karta do paczki nadanej w u.p. Frankfurt 1 przez wytwórcę chininy. Z tematycznego punktu widzenia jedynym elementem godnym zainteresowania jest dziurkowanie firmowe znaczków.

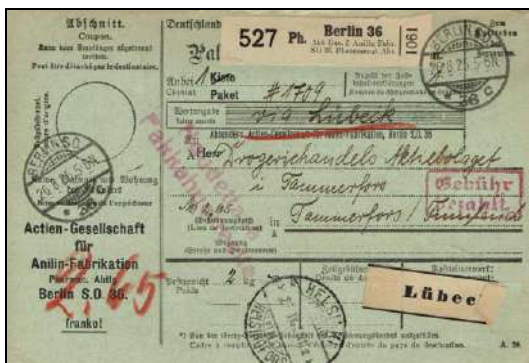


Na podstawie ilości kart na Rynku filatelistycznym mamy wyobrażenie o wielkości obrotu paczkowego na początku XX wieku.

Ryc. 5. Karta paczkowa z nalepką pocztową z nazwą pośrednictwa (w firmie Photochemie) oraz dziurkowaniem firmowym na znaczkach.



Formularze kart paczkowych tamtego okresu nie są jednorodne. Różnią się barwą papieru i krojem czcionek. Nadrukowane po lewej stronie nazwy firm są nadrukami prywatnymi (są też pieczętki firmowe). Ważnymi elementami pocztowymi, które stanowią o wartości filatelistycznej (dla tematyków) kart paczkowych są nalepki z nazwą urzędu (z nazwą pośrednictwa pocztowego) nalepki kierunkowe oraz dotyczące sposobu przesyłania oraz różne ostemplowania.



Ryc. 6. Karta paczkowa opłacona gotówką z 1925 r. (pozostałość po okresie hiperinflacji).

W dużych koncernach, mających swoje zakłady w wielu miastach, wykorzystywano znaczne ilości różniących się od siebie nalepek paczkowych. Daje to możliwość pewnych specjalizacji.

Liczby po prawej stronie nalepki oznaczają numer identyfikacyjny ekspedytora, po lewej kolejny numer paczki.



Ryc. 7-10. Przykłady różnic w kroju czcionek na przestrzeni dłuższego okresu czasu (zob. także ryc. 3).

W okresie II wojny św. zmieniał się znacząco wygląd formularzy kart paczkowych.



Ryc. 11-12. Karty z pośrednictw Bayer AG (IG Farben) z 1942 r. oraz Kodak AG z 1944 r.



Nalepki na kartach paczkowych pozwoliły w moim ekspozycie „chemicznym” zilustrować wiele aspektów opisanych w narracji tematycznej (np. znane do dzisiaj marki kosmetyków czy producentów farmaceutyków). W ekspozycie pokazujemy całe karty paczkowe.



Ryc. 13-15. Wybór z palety możliwości, jakie dają niemieckie karty paczkowe z pierwszej połowy XX w.

W okresie powojennym karty paczkowe pełniły w Niemczech dalej swoją rolę w procesie dystrybucji paczek.

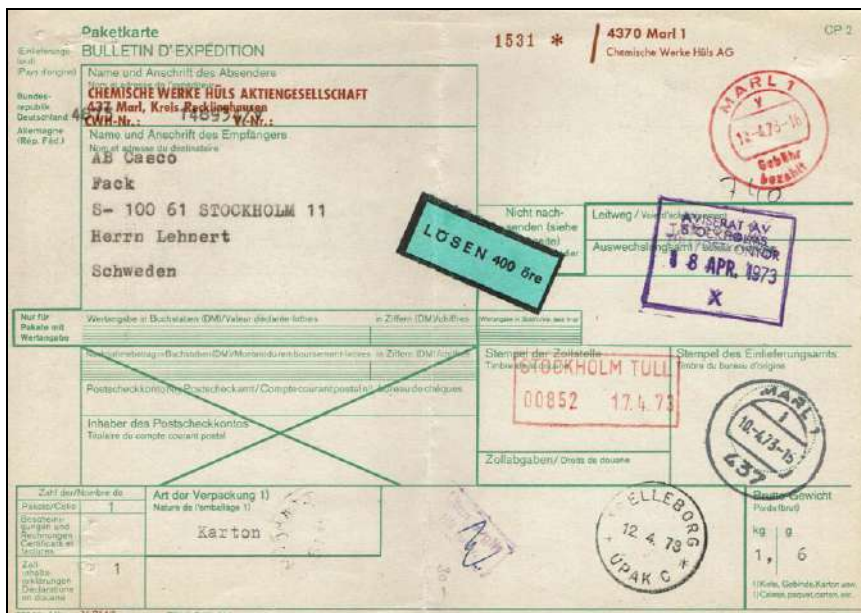


Ryc.16. Karta paczkowa z Sowieckiej Strefy Okupacyjnej z 1949 r.



Ryc.17. Ciekawa nalepka paczkowa z dostępowym (?) czerwonym tuszem elementem reklamowym (nazwa i logo firmy Degussa) z 1949 r. Dodatkowy obowiązkowy znaczek na odbudowę Berlina Zach.

Ryc. 18. (poniżej) Standardowa karta paczkowa do obrotu zagranicznego z nadrukowaną po prawej stronie „nalepką paczkową” z nazwą pośrednictwa w miejscowości Marl, 1973 r.

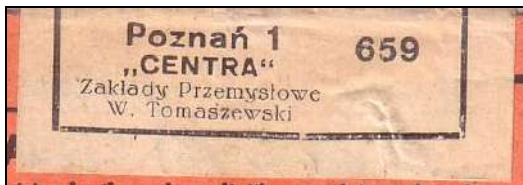


Karty paczkowe, a zwłaszcza nalepki i inne akcesoria na nich się znajdujące, mogą być dla każdego tematyka kopalnią materiału filatelistycznego. Poniżej kilka przykładów (Ryc. 19-24):



Na kartach paczkowych z innych krajów stosunkowo rzadko spotyka się akcesoria przydatne do filatelistycznego zilustrowania narracji.

W moich zbiorach posiadam tylko jedną polską kartę z nalepką paczkową z nazwą firmy (pośrednictwa).



Ryc. 25. Nalepka z karty paczkowej

Powyższa karta oraz jedna szwedzka i 13 niemieckich znajdują się w moim 8-ekranowym ekspozycie. Karty (i nalepki) paczkowe prezentowane w niniejszym opracowaniu (Ryc. 3-15 oraz 17-18) pochodzą z materiałów oczekujących na wykorzystanie w przyszłości. O paczkowych adresach pomocniczych i ich wykorzystaniu w ekspozycjach tematycznych pisałem już w nr 6 naszego biuletynu w odcinku poświęconym formularzom pocztowym.

[1] Określenie *Paketkarte* (karta paczkowa) wprowadzono oficjalnie 1.07.1914 r. Od tego dnia wszystkie paczki wysyłane na terenie Niemiec i zagranicę musiały być zaopatrzone w taki formularz. Jednocześnie zlikwidowano wszelkiego typu *Begleitbriefe* oraz *Frachtbriefe*. Umożliwiono wysyłkę do pięciu paczek do jednego adresata z jedną kartą paczkową. Karty paczkowe do obrotu zagranicznego (*Auslandspaketkarte*) zaopatrzone również we francuskie słownictwo, jako obowiązujące w międzynarodowym obrocie pocztowym.