

# Almut Bues

---

## Das Dritte Reich und die Jagiellonen

---

Przegląd Historyczny 102/2, 257-265

---

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

## Das Dritte Reich und die Jagiellonen

Im Zuge der Abfassung einer Geschichte der Jagiellonendynastie<sup>1</sup> stieß ich auf eine historische Kleinigkeit, die im Rahmen des 600jährigen Jubiläums der Schlacht von Tannenberg von besonderem Interesse ist: Die Spiegelung der deutsch–polnischen Beziehungen auf einer Briefmarke.

„Aus dieser Markenreihe spricht das ganze Land zu Dir.“ sagt der Chef zu einem Buben, der Briefmarken sammelt, im Film „Briefmarken spiegeln die Welt“ aus dem Jahre 1936<sup>2</sup>. Obwohl Postwertzeichen seit ihrer ersten Ausgabe um 1840 im Königreich England ein Politikum darstellen, sind sie von den Historikern bisher kaum als historische Quelle ausgewertet worden. Carlrichard Brühl's voluminöse Geschichte der Philatelie beschäftigte sich eher mit den Sammlern als den Briefmarken und ihren Themen<sup>3</sup>. Es handelt sich im Folgenden speziell um die Nummern 333 und 355 in Hugo Michels Briefmarkenkatalog, die heutzutage mit einem ungestempeltem/gestempeltem Wert von 20/20 Cents (333) und 70/30 Cents (355) gehandelt werden<sup>4</sup>. Auf dem polnischen Markt haben diese Briefmarken mit den Nummern 312 und 334 bei Fischer einen Wert von 40/10 (333) sowie 100/10 (355) Groszy<sup>5</sup>. Philatelistisch gesehen sind sie also keine Rarität mit Sammlerwert, wir haben es aber mit einem Gustostückerl für Historiker zu tun.

Die Schlacht von Tannenberg/Grunwald/Žalgiris aus dem Jahre 1410 unter der Herrschaft des polnischen Königs Jagiello, des litauischen Großfürsten Vytautas und des Deutschordensmeisters Ulrich von Jungingen ist seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts ein bedeutungsschwerer Erinnerungsort sowohl in der deutschen als auch in der polnischen Geschichte. Die zweite Schlacht bei Tannenberg im Verlauf

---

<sup>1</sup> A. Bues, *Die Jagiellonen. Herrscher zwischen Ostsee und Adria*, Urban–Taschenbücher 646, Stuttgart u. a. 2010.

<sup>2</sup> Dialogliste zu dem Film *Briefmarken spiegeln die Welt*, o. O. [um 1936], S. 2.

<sup>3</sup> C. Brühl, *Geschichte der Philatelie*, 2 Bde., Hildesheim, Zürich, New York 1985/1986.

<sup>4</sup> *Michel–Europa–Katalog, Band f: Osteuropa 2008/2009*, Unterschleißheim 2008, S. 77f.

<sup>5</sup> <[www.philatelia.pl/52501/opisykat/310-322.html](http://www.philatelia.pl/52501/opisykat/310-322.html)> und <[www.philatelia.pl/52501/opisykat/334.html](http://www.philatelia.pl/52501/opisykat/334.html)> vom 24.03.2010; Fischer. *Katalog polskich znaków pocztowych 2010*, Bytom 2010.

des Ersten Weltkriegs erweiterte die Symbolik dieses *lieu de mémoire*. „Die Pflege der Grunwald–Tradition war ein Spiegel der deutsch–polnischen Beziehungen“<sup>6</sup>.

Der Deutsche Orden, den der masowische Herzog Konrad I. im Jahre 1226 zum Kampf gegen die heidnischen Pruzen geholt hatte, war zu Ende des 14. Jahrhunderts seiner eigentlichen Aufgabe weitgehend entledigt. Die von nun an gegen Christen kämpfenden „Kreuzritter“ in ihren weißen Mänteln mit dem schwarzen Kreuz wurden anfangs zu einer negativen Stereotype im eigenen Lande; erst im 19. und 20. Jahrhundert entwickelte sich während der Teilungen Polens die Assoziierung als Kreuzritter — Preuße — Deutscher. Parallel zur „weißen Legende“ im Deutschen Reich entwickelte sich die polnische „schwarze Legende“ der Kreuzritter, deren Wurzeln allerdings in das späte Mittelalter und die frühe Neuzeit zurückreichen<sup>7</sup>.

Die Zweite Republik Polen nutzte das zwanzigjährige Jubiläum der Wiedererlangung der Unabhängigkeit zu einer historischen Briefmarkenserie. Anfang 1937 veröffentlichte das Ministerstwo Poczt i Telegrafów einen Wettbewerb zur Gestaltung dieser Briefmarken. Der Artikel „Z kultury i sztuki“ in der „Gazeta Polska“ etwa nannte die Rahmenbedingungen: Neun Briefmarken sollten die folgenden Motive zeigen:

1. Bolesław Chrobry i postać św. Wojciecha — zjazd w Gnieźnie — rok 1000
2. Kazimierz Wielki — zjazd w Krakowie — rok 1364
3. Bitwa pod Grunwaldem (z wysunięciem osoby króla Władysława Jagiełły na plan pierwszy)
4. Kazimierz Jagiellończyk (na tle mapy z epoki Jagiellonów — rok 1447)
5. Chodkiewicz i Żółkiewski (z uwzględnieniem herbu Wazów)
6. Kościuszko, Poniatowski i Dąbrowski (jako odpowiednik znaczka 5–go)
7. R. 1831 bohaterstwo żołnierza polskiego
8. Romuald Traugutt i rok 1863 (w stylu Grottgera)
9. Marszałek J. Piłsudski na tle wymarszu Legionów w r. 1914 oraz alegorii z r. 1918 i 1919<sup>8</sup>.

Die Thematik sollte soweit wie möglich den historische Fakten entsprechend dargestellt werden. Alle Postwertzeichen sollten ein großes Format bekommen, nach heutiger Norm wären damit Abmessungen über 40 x 22 mm gemeint<sup>9</sup>. Die Briefmarkenentwürfe waren bis zum 1. Mai 1937 12.00 Uhr bei der

<sup>6</sup> F. B. S c h e n k, *Tannenberg/Grunwald*, [in:] *Deutsche Erinnerungsorte*, Bd. 1, hg. E. F r a n ç o i s und H. S c h u l z e, München 2001, S. 438–454, hier S. 452.

<sup>7</sup> Siehe I. K ą k o l e w s k i, *Krzyżacy w pamięci Polaków i Niemców*, [in:] *Akulturacyja/asymilacja na pograniczach kulturalnych Europy Środkowo–Wschodniej w XIX i XX w.*, hg R. T r a b a, Bd. 2, Warszawa 2011 (im Druck).

<sup>8</sup> „Gazeta Polska“, Nr. 10 vom 10 Januar 1937, S. 5. In ihrer gleichen Ausgabe, S. 6, erinnerte die Zeitung an das Fristende des Konkurses für ein Piłsudski–Denkmal in Kattowitz am 11.01.1937.

<sup>9</sup> Briefmarkenformat, in: W. G r a l l e r t, W. G r u s c h k e, *Lexikon der Philatelie*, Bonn 1971, S. 76.

Postabteilung des Post- und Telegraphenministeriums in Warschau einzureichen. Als Preise winkten 500 Złoty für jeden Entwurf und bei dessen Ankauf noch einmal 100 Złoty. Solche Wettbewerbe für historische Briefmarkensujets waren nichts Außergewöhnliches. Das Verordnungsblatt des Postministeriums vom 30. Oktober 1930 schrieb beispielsweise die Jubiläumsausgabe zu „100 Jahre polnischer Aufstand von 1830–1831“ öffentlich aus, dessen erster Preis nach Umarbeitungen als Briefmarkenvorlage diente<sup>10</sup>.

Die Ausschreibung des Wettbewerbs von 1937 fand in den Zeitschriften der Philatelisten ihren Widerhall. Das offizielle Organ des Związek Stowarzyszeń Filatelistycznych „Ikaros“ veröffentlichte die Wettbewerbsbedingungen in seiner Ausgabe vom Januar 1937<sup>11</sup>. Auch die Posener „Ilustrowane wiadomości filatelistyczne“ berichteten von dem Wettbewerb unter der Überschrift „Nowe znaczki polskie?“<sup>12</sup> In der Jury saßen neben den Beamten des Postministeriums unter anderen Vertreter der Warschauer Universität, der Akademie der Schönen Künste, des polnischen Heeresmuseums, der Wertzeichenpapierhersteller.

Man entschied sich letztlich größtenteils für die Entwürfe des polnischen Gebrauchsgraphikers Waclaw Boratyński (1908–1939)<sup>13</sup>. Der in Posen und Krakau ausgebildete Boratyński war in damaliger Zeit durch seine Gebrauchsgraphiken zu Themen der polnischen Geschichte bekannt. Mit seinen Zeichnungen wurden gerne Bücher illustriert, er entwarf darüber hinaus Briefmarken<sup>14</sup> und Banknoten. Boratyńskis Graphiken setzten H. Dutczyński, Jan Piwczyk und Marian Romuald Polak in Stahlstiche um<sup>15</sup>.

Die im Stichtiefdruck in der Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych hergestellten Motive zum zwanzigjährigen Bestehen der Unabhängigkeit des polnischen Staates wurden auf weißem Papier gedruckt, die Zeichnung der Briefmarken hatte das Format 22,5 x 27,5 mm, wobei die letzte Marke mit Marschall Piłsudski als Motiv sich durch Querformat absetzte; auf einen Druckbogen gingen 10 mal 10 Briefmarken. Das weiße Wertzeichenpapier ohne Wasserzeichen war grob und einfach, die Gummierung bestand aus durchsichtiger, gelblicher Klebe in zwei Sektoren. Die kantige Zähnung betrug 12 ½ zu 12 ¾. Die Briefmarken hatten je nach Wert eine Auflage zwischen 500 000 und 90 000 000. Essays einzelner Marken wurden mit weißem, nicht gummiertem und nicht gezähntem Papier ge-

<sup>10</sup> W. v. Rachmanow, *Die Postwertzeichen von Polen in Goldwährung 1924–1939*, „Die Postmarke“, 10, Wien 1933, S. 32f.

<sup>11</sup> „Ikaros“, Nr. 62/1 (rok XII, styczeń 1937), Białystok–Warszawa, S. 19.

<sup>12</sup> „Ilustrowane Wiadomości Filatelistyczne“, Nr. 64/65 (rok VII styczeń–luty 1937), Poznań, S. 27.

<sup>13</sup> Boratyński, Waclaw, [in:] *Allgemeines Künstler–Lexikon. Die Bildenden Künstler aller Zeiten und Völker*, Bd. 12, München – Leipzig 1996, S. 660.

<sup>14</sup> Aus Anlaß der 5. Nationalen Briefmarkenausstellung in Warschau vom 3. bis 8. Mai 1938 hatte Boratyński für eine 45gr– und 55gr–Briefmarke eine Postkutsche entworfen (Michel Nr. 327A, 328A): „Ikaros“, Nr. 76/3 (rok XIII 1938), S. 41.

<sup>15</sup> *Ilustrowany katalog znaczków polskich*, Warszawa 1965, S. 70–72.

druckt. Sie wurden für die 15gr–Briefmarke beispielsweise in den Farben weinrot, dunkelgrau, smaragdgrün, olivgrün und graublau ausgeführt, was die Bedeutung dieses Postwertzeichens unterstreicht, so viele Probedrucke waren einzigartig.

Wie schon der „Ikaros“ nach der Ausgabe anmerkte, sollten die Briefmarken nicht nur Sammler interessieren, sondern die ganze polnische Gesellschaft ansprechen. Die Auswahl musste also Symbolcharakter besitzen und die glorreichen Momente der polnischen Geschichte darstellen. Bewußt hatte man auf eine Übernahme der Meister aus dem 19. Jahrhundert wie der Gemälde von Jan Matejko oder Artur Grottger verzichtet; man wollte etwas Neues, Aktuelles schaffen<sup>16</sup>. Der Schnellkurs in Bildern (*obrazujący*) durch die Höhepunkte der polnischen Geschichte bestand nun aus folgenden Pfeilern:

Die orangerote 5gr–Marke zeigt König Bolesław Chrobry, den Gründer des Erzbistums Gnesen, und Kaiser Otto III., im Hintergrund ist der heilige Adalbert zu erkennen. Auf der dunkelgelbgrünen 10gr–Marke empfängt König Kazimierz III. 1364 in Krakau illustre Gäste aus ganz Europa wie Kaiser Karl IV. oder König Peter von Zypern. Die hellbraune 15gr–Marke wird uns noch näher interessieren. Die hellblaugrüne 20gr–Marke zeigt König Kazimierz IV. Jagiellończyk vor dem Hintergrund einer Landkarte Polens und Litauens von Meer zu Meer. Szenen der Union von Lublin 1569 sind auf der bräunlichvioletten 25gr–Marke dargestellt. Die rote 30gr–Marke mit König Stefan Báthory vor Wielkie Łuki ruft die glorreiche militärische Vergangenheit in das Gedächtnis. Die grauschwarze 45gr–Marke verbindet mit den Taten der Heerführer Jan Karol Chodkiewicz und Stanisław Żółkiewski gleich zwei historische Ereignisse. Auch die dunkelkarminlila 50gr–Marke mit Jan III. Sobieski vor Wien ist der Kriegsgeschichte entnommen. Die violettultramarine 55gr–Marke mit den Figuren des Sejmmarschalls Stanisław Małachowski, einem Bürger und einem Bauern symbolisiert die im Vordergrund liegende Verfassung vom 3. Mai 1791. Die schwarzblaugrüne 75gr–Marke weist mit Jan Henryk Dąbrowski, Tadeusz Kościuszko und Prinz Józef Poniatowski hoch zu Rosse auf drei Heerführer. Während die orangene 1zł–Marke mit allegorischen Kämpfern den Novemberaufstand von 1831 darstellt, hebt die dunkelrosakarmin 2zł–Marke (Projekt von Mieczysław Wątorski) mit dem Freiheitskämpfer Romuald Traugutt während des Januaraufstandes von 1863 eine einzelne Person heraus. Als Abschluß dient die schon durch das andere Format abgesetzte schwarzblaue 3zł–Marke mit Marschall Józef Piłsudski (Entwurf von Zygmunt Rozwadowski), durch dessen umsichtige diplomatische Politik und Heerführung die Unabhängigkeit wieder erlangt wurde. Die Kopfzeile trägt die Aufschrift „POCZTA POLSKA“, der Briefmarkenwert ist rechts unten angegeben. Die Fußzeile nennt darüber hinaus plakativ Personen oder Jahreszahlen.

<sup>16</sup> „[...] z uwagi na swój charakter winno objąć jak najszersze warstwy społeczeństwa polskiego“, *Nowe znaczki pocztowe o tematach historycznych*, [in:] „Ikaros“, Nr. 84/11 (rok XIII 1938), S. 158–162, hier S. 158.

Als Ganzsache wurde im Oktober 1938 die 10gr Marke dieser Serie in einer Auflage von 2 Millionen gedruckt mit der Werbeinschrift: „Telefon międzymiastowy usuwa odległość!”<sup>17</sup> Zusammen mit der historischen Serie wurden 60 Postkarten, die polnische Kunst, Kultur und Wissenschaft betrafen, herausgegeben.

Die zeitgleich veröffentlichte Blockausgabe zum 20. Jahrestag der Wiedererlangung der Unabhängigkeit durch die Republik Polen zeigte daher erneut Marschall Piłsudski, Staatspräsident Gabriel Narutowicz, Staatspräsident Ignacy Mościcki und Marschall Edward Rydz-Śmigły<sup>18</sup>.

Näher werde ich mich im Folgenden vor allem mit der 15gr-Märke auseinandersetzen, welche der Schlacht von Tannenberg gewidmet sein sollte [„Bitwa pod Grunwaldem (z wysunięciem osoby króla Władysława Jagiełły na plan pierwszy)“]. Schon einen Monat nach dem Erscheinen der Wettbewerbsbedingungen in den Tageszeitungen vom 10. Januar 1937 wandte sich der Reichs- und Preußische Minister des Innern am 8. Februar 1937 in Schreiben VI B 383/8800/37 an das Auswärtige Amt, in welchem er den oben genannten Briefmarkenwettbewerb erwähnte und empfahl, „zu prüfen, inwieweit durch die geplanten Darstellungen, insbesondere über die Schlacht bei Tannenberg (Grunwald) und über Kazimierz Jagiellonczyk deutsche Gefühle verletzt werden könnten“<sup>19</sup>. Das im Auftrage von Minister Wilhelm Frick von Ministerialrat Walter Springorum verfasste und von Ministerialkanzleisekretär Kaltschmidt beglaubigte Dokument erhielt in der Abteilung V des Auswärtigen Amtes am 10. Februar 1937 die Nummer 687. Das Auswärtige Amt, gezeichnet von Schliep, leitete diesen Erlaß Nr. Pol. V. 687 mit dem Betreff: „Polnischer Presseauszug Nr. 22“ am 12. Februar 1937 per Kurier an die Deutsche Botschaft in Warschau „zur geflissentlichen Kenntnisnahme und mit dem Anheimstellen einer Äußerung“ weiter, wo es am 17.02.1937 ankam<sup>20</sup>.

Die Deutsche Botschaft Warschau antwortete in vier Durchschlägen am 26. März 1937 (Kennzeichen V I 9 a/3.37) bezüglich des Preisausschreibens des Polnischen Postministeriums für Projekte von Postwertzeichen: „In der nebenbezeichneten Angelegenheit ist die Botschaft im polnischen Außenministerium vorstellig geworden mit der Bitte, darauf hinzuwirken, dass auf den neuen Postwertzeichen Darstellungen unterbleiben, durch die deutsche Gefühle verletzt werden könnten“<sup>21</sup>. Das am 30. März 1937 im Auswärtigen Amt unter der Nummer Pol. V 1659 registrierte Schreiben wurde tags darauf im Auftrag durch Bergmann an den Herrn Reichs- und Preußischen Minister des Innern und zugleich nachricht-

---

<sup>17</sup> W. P. Costerus, *Die Ganzsachen der Republik Polen, Sonderdruck der „Sammler-Woche“*, Wien 1940, S. 36.

<sup>18</sup> *Michel-Europa-Katalog*, Bd. 7: *Osteuropa 2008/2009*, Unterschleißheim 2008, S. 78.

<sup>19</sup> Politisches Archiv des Auswärtigen Amtes Berlin, R 104.277 = P0 51 Post- Telegraphen- und Telefonwesen in Polen II 1937 – IV 1940.

<sup>20</sup> *Ibidem*.

<sup>21</sup> *Ibidem*.

lich an den Reichspostminister, zu dieser Zeit Wilhelm Ohnesorge, versandt, wo es am 31. März ankam und am 5. April 1937 abgehandelt wurde<sup>22</sup>.

Der seit Anfang der dreißiger Jahre in Warschau weilende deutsche Botschafter Hans-Adolf von Moltke (1884–1943) war, wie die vorhandenen Akten zeigen, mehrmals aufgrund von Zeitungsartikeln der „Gazeta Polska“ im Außenministerium vorstellig geworden<sup>23</sup>. Es ist daher davon auszugehen, dass er auch in der Briefmarkenfrage intervenierte, in den Archiven läßt sich allerdings nicht finden, mit wem er darüber verhandelt haben könnte<sup>24</sup>.

An Kazimierz Jagiellończyk und der Landkarte Polens (20gr-Märke) war wohl von deutscher Seite nicht viel auszusetzen, die Briefmarke wurde letztlich wie im Wettbewerb ausgeschrieben gedruckt. Überdacht wurde dagegen möglicherweise die 15gr-Märke, denn vordergründig ist auf der Marke keine martialisches Schlachtenszene dargestellt; ganz im Gegenteil: Władysław Jagiełło und Jadwiga stehen als gekrönte Häupter in ihren langen hermelinbesetzten Mänteln statisch vor gotischen Thronen. Die Königin übergibt Stanisław z Skarbimierza, dem Rektor der kürzlich gegründeten Krakauer Universität — deutlich sichtbar ist das Gründungsdiplom — eine Schatulle mit ihren Kleinodien; hinter dem Rektor sind Umrisse der alten Universität zu erkennen. Zu Füßen des königlichen Paares in einer Höhe mit dem Wert der Briefmarke von 3 mm ist als Zeichen der Besiegung des Deutschen Ordens der weiße Mantel der Deutschordensritter mit einem stilisierten Helm dargestellt; die zwei gekreuzten Schwerter weisen eindeutig auf die Schlacht bei Tannenberg von 1410.

Damit sind wir wieder dort angelangt, was man eigentlich vermeiden wollte, denn Briefmarken machen Propaganda: Von Bedeutung sind dabei vor allem das Bild, die Schrift und das Symbol. Die Briefmarke ist also nicht nur ein Teil des Postsystems und ein Nachweis der Gebührentichtung, sie ist ein Medium *per se*. Die Briefmarke, so formulierte es Alexander Hanisch-Wolfram, „ist ein Druckmedium, das durch vielfältig gestaltete optische Aufarbeitung einer Thematik bzw. einer Aussage einem letztlich kaum eingrenzbaeren Publikum verschiedenste Botschaften vermitteln kann“<sup>25</sup>. Die Staaten nutzten ihr Monopol, besonders seit den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts, um mit der Briefmarkenemission Politik zu treiben. Georges Brunel berechnete, dass sich die Briefmarkenproduktion zwi-

<sup>22</sup> Ibidem.

<sup>23</sup> Archiwum Akt Nowych (AAN), Warszawa, 4621 Niemcy. Stosunki polityczny z Polską (1937–1939) – Gespräche mit v. Moltke 1933–1935.

<sup>24</sup> Etwa im AAN, Ministerstwo Poczt i Telegrafów z lat 1922–1939 oder im heutzutage noch vorhandenen Nachlaß von Moltke im Archiv des Auswärtigen Amtes Berlin, von dem allerdings der größte Teil in Schlesien seit 1945 vermißt wird.

<sup>25</sup> A. Hanisch-Wolfram, *Postalische Identitätskonstruktionen. Briefmarken als Medien totalitärer Propaganda*, Europäische Hochschulschriften XL: Kommunikationswissenschaft und Publizistik 95, Frankfurt a. M. u. a. 2006, S. 81.

schen dem ersten und dem dritten Jahrzehnt verdoppelt hatte<sup>26</sup>. Dabei kam der graphischen Gestaltung eine besondere Bedeutung zu, denn das relativ kleine Format, welches meist nur flüchtig angeschaut wird, zwingt gerade dazu, in kürzester Zeit seine *message* dem Betrachter zu übermitteln; die Schrift ergänzt meist nur durch Namensnennung oder Daten. Für den Wiedererkennungseffekt spielen dagegen Symbole eine große Rolle, mit ihnen kann auf den ersten Blick die Botschaft übertragen werden. Reduzierung in der Gestaltung, d. h. einfache, klare Linien, und kräftige Farben lenken die Augen auf das Medium, nicht von ungefähr sind von der 15gr-Märke auffallend viele farbliche Probedrucke überliefert.

Briefmarken verhelfen Staaten dazu, ihre kollektive Identität zu präsentieren; historische Legitimationen stehen dabei oft im Vordergrund. So ist es nicht verwunderlich, dass die junge Zweite Polnische Republik auf die gemeinsame historische Vergangenheit vor den Teilungen zurückgriff und dabei auch auf die gewonnene Schlacht hinweisen wollte. Daß Tannenberg ein Reizwort für beide Seiten, die deutsche und die polnische, darstellte, wurde dabei mit einkalkuliert. Briefmarken stellen auch immer ein internationales Politikum dar, da sie ihren Weg in andere Länder nehmen können. Das kann dann zu diplomatischen Verwicklungen führen. Im gleichen Jahr 1937 kam es beispielsweise zu hitzigen Auseinandersetzungen zwischen Argentinien und Großbritannien wegen eines Landkarten-Postwertzeichens<sup>27</sup>.

Die Resonanz auf die Briefmarken in Polen war enorm, am ersten Ausgabetag, dem 11. November 1938, öffnete das Postamt Nr. 1 in Warschau (Urząd Pocztowy Warszawa 1) von 9.00 bis 11.00 Uhr mehrere Schalter, an denen die Postwertzeichen mit besonderen Ersttagsstempeln versehen wurden, allein zwei Schalter für Jubiläumsstempel, vier für Einschreibsendungen und zwei zur Bestellung der kompletten Serie. Der Ansturm war aber so groß, dass die Schalter bis 15.00 Uhr geöffnet bleiben mussten. Die Bilanz des Tages, so berichtete der „Ikaros“ betrug<sup>28</sup>: 19 offene Schalter, ungefähr 6.000 Interessenten, 3.800 Einschreibsendungen, 35.000–40.000 Ersttagsstempel. Der Verkauf von einzelnen Marken, ganzen Blöcken und Anrechtskarten brachte 10.000 Złoty, die Bestellung von Blöcken etc. 150.000 Złoty; es wurden annähernd 300.000 Anrechtskarten ausgegeben.

Ein am 1. Februar 1939 an S. Simon in Gdingen mit dem Briefpapier des Hotel Europejski in Warschau beschriebener Umschlag zeigt die Benutzung der Briefmarken; auf ihm kleben eine 5gr-Märke, eine 10gr-Märke sowie vier 15gr-Marken, also insgesamt 75 Groschen, der Serie vom November 1938<sup>29</sup>.

<sup>26</sup> C. Brühl, *Geschichte der Philatelie*, 2 Bde., Hildesheim, Zürich, New York 1985/1986, S. 144.

<sup>27</sup> Siehe H.-J. Köppel, *Politik auf Briefmarken. 130 Jahre Propaganda auf Postwertzeichen*, Düsseldorf 1971, S. 58.

<sup>28</sup> *XX rocznica odzyskania niepodległości*, „Ikaros“, Nr. 84 (rok XIII 1938), S. 164f.

<sup>29</sup> N. Davies, *Od i do. Najnowsze dzieje Polski według historii pocztowej*, Bd. 1: 1850–1939, Izabelin-Warszawa 2008, S. 261.

Die deutschen Politiker des Dritten Reiches, die ebenfalls um diese Zeit anfangen, verstärkt mit ihren Briefmarken Propaganda zu betreiben<sup>30</sup>, bemerkten natürlich die Schwerter und ihre Bedeutung. Der deutsche Botschafter in Warschau wurde Ende 1938 erneut im Außenministerium vorstellig. Es war eine Zeit, in welcher der Besuch von Außenminister Beck im Januar 1939 in Berlin diplomatisch vorbereitet wurde. Man war daher in Polen darum bemüht, die Beziehungen zwischen dem Dritten Reich und der Republik Polen nicht unnötig zu verschlechtern. Am 13. Januar 1938 traf sich Józef Beck mit dem polnischen Botschafter in Berlin Józef Lipski zu Gesprächen bei Goebbels, Außenminister von Neurath und Herman Goering; am 14. Januar fand ein Gespräch mit Hitler im Beisein von v. Neurath statt. Von den Gespräch mit Goebbels etwa heißt es: „Rozmowa była prowadzona w tonie niezmiernie serdecznym”<sup>31</sup>.

In diesem Kontext ist es zu sehen, dass sich die polnischen Politiker dem deutschen Protest beugten. Die symbolträchtigen Schwerter der in einer Auflage von 60 Millionen gedruckten 15gr-Briefmarke mit Jagiełło und Jadwiga wurden durch eine orangebraune, ansonsten gleiche Briefmarke erneuert — wobei die alte ihre Gültigkeit behielt –, in welcher die Schwerter durch eine dekorative Girlande ersetzt wurden, in deren Mitte die Wappen von Polen und Litauen zu erkennen sind; ihre genaue Auflagenhöhe ist nicht bekannt. Im Generalgouvernement wurden außer den Postwertzeichen zu 15 und 20gr, also die mit den Jagiellonen-Motiven, und der 45gr-Marke (mit den Heerführern) alle Briefmarken dieser Serie — und somit auch die neue 15gr-Marke ohne Schwerter — überdruckt ausgegeben.

Manchmal ist die zweite 15gr-Briefmarke in der Literatur genannt, warum sie, nun auf zweite Intervention von deutscher Seite, geändert wurde, erfährt man aber nicht. Władysław Zieliński beschreibt in seiner neuesten Briefmarkengeschichte zwar ausführlich die 15gr-Marke und Jagiełło, erwähnt aber mit keinem Wort die zweite 15gr-Briefmarke<sup>32</sup>.

Daß die Jagiellonen im 20. Jahrhundert nicht nur auf Briefmarken die internationalen Beziehungen belasten konnten, zeigt das Beispiel des 1929 errichteten Denkmals für König Jagiełło in Usdau im Kreis Soldau, das für eine umfangreiche Korrespondenz sorgte. Das deutsche Generalkonsulat in Thorn sandte unter anderem am 4. Februar 1938 unter J Nr. 1179/II/37 an das Auswärtige Amt in Berlin ein Photo dieses Denkmals mit der Inschrift „Die junge Generation des wiedererstandenen Polen / Den Helden von Grunwald / 12.VII.1931” Das Auswärtige Amt leitete unter Pol. V 1122 am 14. Februar 1938 das Schreiben sogleich an das

<sup>30</sup> S. Martens, *Post und Propaganda. Das Dritte Reich und die Briefmarke der Deutschen Reichspost 1933–1945*, in: *Deutsche Postgeschichte. Essays und Bilder*, hg. W. Lotz, Berlin 1989, S. 321–337, hier S. 327.

<sup>31</sup> AAN, 4624 Niemcy. Stosunki polityczny z Polską (1937–1939), fol. 45.

<sup>32</sup> W. Zieliński, *Historia i patriotyzm ukryte w znaczkach pocztowych. 90. rocznica odzyskania niepodległości 1918–2008*, Lublin 2009, S. 37–46, hier S. 39.

Reichsinnenministerium weiter, welches am 16. März 1938 das Bild wieder zurückschickte<sup>33</sup>. Die Deutschen schliffen während des Krieges dieses Denkmal, welches im Jahre 1994 zum 560. Todestag König Jagiełło, des legendären Siegers von Tannenberg, wieder aufgebaut wurde. Gerade in den dreißiger Jahren des 20. Jahrhunderts wurde die „Kulturszene“ international beobachtet und politisch thematisiert, denn Denkmale, Gemälde, Theaterstücke, Rundfunksendungen und eben auch Briefmarken konnten einem Staat zu Propagandazwecken dienen.

---

<sup>33</sup> Politisches Archiv des Auswärtigen Amtes Berlin, Politische Abteilung V Polen R 104.104.