Mauritius — die Markenausgaben im Britannia-Design: Teil I

Dieter Niedermeyer

Die ersten Ausgaben von Mauritius sind weltbekannt, man kann sie heute nur noch in Museen bestaunen. Literatur und Aufsätze in philatelistischen Fachzeitschriften gibt es in großer Zahl. Wer seine Mauritius Sammlung mit diesen Ausgaben beginnen möchte muss auf Replikate zurückgreifen, die es in unterschiedlicher Ausführung gibt. Ähnlich ist es mit den lokal hergestellten Folgeausgaben von Barnard (SG 3 bis 25), Lapirot (SG 36 bis 39a), Sherwin (SG 40) und Dardenne (SG 41 bis 44).

Abbildung 1a — SG 39 lokal hergestellt von Lapirot [Sammlung Hans-Ulrich Abegg]





Abbildung 1b — SG 44 lokal hergestellt von Dardenne [Sammlung Hans-Ulrich Abegg]

Auch für diese Ausgaben mit geringer Auflage und wenigen noch erhaltenen Marken gibt es Fachliteratur, auch zur Plattierung (Bestimmung des Platzes der jeweiligen Marke in der Druckplatte bzw. im Bogen). Hohe Katalognotierungen und die große Anzahl an Fälschungen schrecken viele Sammler auch von diesen Ausgaben ab.

Man kann eine Mauritius Sammlung aber auch mit den in London von Perkins, Bacon & Co. hergestellten Britannia-Marken beginnen oder auch nur die Marken im Britannia-Design sammeln.

Beauftragung und Herstellung

Am 25.09.1847, nur vier Tage nach Ausgabe der berühmten »Post Office« Marken, regte der General-Inspektor von Mauritius die Beschaffung eines Jahresbedarfs an Briefmarken in London an. Im Januar 1848 wurden dann von Mauritius Briefmarken beim Colonial Agent (Repräsentant einer britischen Kolonie in London) für Mauritius in London angefragt, die aber nicht sofort bearbeitet wurde.¹ Ebenfalls Anfang 1848 traf eine Anfrage aus Trinidad über Briefmarken beim Colonial Agent für Trinidad in London ein. Die Postbehörde von Trinidad dachte zu der Zeit noch nicht an ein eigenes Design für die Briefmarken von Trinidad. Trinidad schlug vor, die aktuellen britischen Briefmarken mit dem Aufdruck »TRINIDAD« zu versehen. Das wurde jedoch von den britischen Postbehörden in London abgelehnt. Marken für die Kolonien sollten sich im Bild von den britischen Marken unterscheiden.

Erst am 08.06.1848 leitete der Colonial Agent für Mauritius die Anfrage vom Januar 1848 aus Mauritius über 10.000 Marken im Stichtiefdruck für Mauritius an Perkins, Bacon & Co. weiter.

¹ Siehe zu dem Begriff Colonial Agent den Weblink https://en.wikipedia.org/wiki/Colonial_agent (abgerufen am 31.12.2022).

Perkins, Bacon & Co. lehnten aber ab, da diese Menge nicht ökonomisch herzustellen war. Kurz darauf fragte der Colonial Agent für Trinidad eigene Marken für Trinidad bei Perkins, Bacon & Co. an, da der ursprüngliche Vorschlag aus Trinidad (Aufdruck der britischen Marken mit dem Namen der Kolonie »TRINIDAD«) von den britischen Postbehörden abgelehnt war. Trinidad wollte Marken einführen und erteilte ihrem Colonial Agent in London bezüglich des Designs der Marken freie Hand. Das änderte die Situation grundlegend. Perkins, Bacon & Co. lagen somit Anfragen von zwei Kolonien für Briefmarken vor. Es wurde vereinbart, dass das Marken-Design die Figur der Britannia zeigen sollte.

Die Britannia ist eine allegorische Figur, die die britische Nation und die ihr zugesprochenen Eigenarten verkörpert. Gewöhnlich wird sie sitzend und zeitlos dargestellt. Die Britannia wird ungefähr seit der Vereinigung Schottlands und Englands im 17. Jahrhunderts verwendet und ist die Wiederaufnahme einer römischen Allegorie. Die Britannia des 19. Jahrhunderts stellt die Personifikation der britischen Seemacht dar und trägt einen Korintherhelm als Ausdruck militärischer Stärke. Auf dem Schutzschild ist der Union Jack als nationales Einheitssymbol dargestellt. Charakteristisch für die britische Militärdominanz zur See hält Britannia einen tritonischen Dreizack und wird, wenn möglich, vor einem Handelsschiff dargestellt, das für die britische Seedominanz im Handel steht. Mitunter wird auch der britische Löwe mit abgebildet, der für die glorreiche und mächtige Monarchie steht.²



Abbildung 2 — Britannia (Lithografie aus dem 19. Jahrhundert)

Perkins, Bacon & Co. hatten in Ihrem Fundus einige Musterbögen mit Vignetten und allegorischen Darstellungen, unter anderem auch Darstellungen der Britannia. Es darf als sicher vermutet werden, dass man dem Künstler Edward Henry Corbould diese Darstellungen als Anregung zeigte.







Abbildungen 3a bis 3c — Verschiedene Allegorien der Figur Britannia aus dem Fundus von Perkins, Bacon & Co, die vermutlich als Anregung für das Markendesign dienten.³

² Siehe ausführlich zu der Gestalt der Britannia den Weblink https://de.wikipedia.org/wiki/Britannia_(Personifikation) (abgerufen am 31.12.2022). Dort ist auch die Quelle für Abbildung 2.

³ Die Abbildungen 3a bis 3c sind aus *Bacon, Edward Denny:* The Origin of the Figure of Britannia on the Stamps of Barbados, Mauritius, and Trinidad Printed by Messrs. Perkins, Bacon & Co., The London Philatelist, Number 353, Volume 30, May 1921.