

„King George V.,

ist auch der Titel eines Bandes aus der Buchreihe

„*The Australian Commonwealth Specialists` Catalogue*,
Verlag Brusden White / Melbourne / 1952

Hierin haben G. Kellow/R. Breckon

B) Angaben und Anmerkungen

zur KGV-Serie zusammengetragen und veröffentlicht.

- Von den insgesamt 241 Seiten belegt die *most popular* One-Penny -red allein 42 Seiten, die beiden andersfarbigen noch einmal 21 Seiten. Das ist zusammen das 3-fache des Durchschnitts-Umfangs der übrigen 8 Wertstufen.

Die KGV-One Penny ist damit die am ausführlichsten dokumentierte Marke,
nicht nur der KGV-Serie, sondern aller bisher erschienenen Marken.-

I

Bevor eine „King George V., am Schalter verkauft wurde, und auch später während ihrer Laufzeit, gab es viele **Probedrucke** (*Proofs*). So anlässlich des Entwurfs in England, der Umsetzung in die Praxis in Australien, sowie diverser Testphasen.

Betrachtet man die Preisangaben für diese *Spezialitäten*, so ist das wohl mehr etwas für Händler als für Sammler.

II

Mit der Ankunft der Druckplatten im Hafen von Melbourne,
Mitte Juni 1914,
begann das große Abenteuer der „neuen,,

Home-made Letter-Press Head-Series King George V.

Bereits nach wenigen Wochen lag als erstes Druckergebnis die Wertstufe

King George V 1 - One Penny - 1

zum Verkauf bereit (beginnend am 17. Juli 1914 in Sydney).

Die KGV-One Penny ist somit die älteste Marke der ganzen Serie.

III

Mit einer Ausnahme wurden alle KGV-1d-er von den

vier komplett gravierten
Stahlplatten

gedruckt. Und zwar wurden jeweils zwei Platten nebeneinander angeordnet und zu einer Druckeinheit verbunden.

Sowohl die linke als auch die rechte Druckplatte (*panes*) druckte so in 10 horizontalen Reihen jeweils 6 Marken. Ein leerer Zwischensteg (*gutter*) trennt beide Hälften. Auf dem das Ganze umgebenden Rand befinden sich Positionierungsangaben (*Marginal Markings*), das Staatselement (*C of A*), sowie die Namen der verantwortlichen Herausgeber (*Printers*): J.B.Cooke (1909) / T.S.Harrison (1918) / A.J.Mullett (1926) / J.Ash (1927)).

Eine Druckeinheit ergibt dann den handelsüblichen, an den Postschaltern angebotenen

120 er Marken - Bogen (*sheet*) / Abm. ca.180x250 mm

- Eine halbe Reihe von diesem Bogen kostete ein Sixpence-Stück, eine ganze Reihe (12 Stk.) 1 Sh., der halbe Bogen 5 Sh. und der ganze Bogen 10 Sh. -

In den insgesamt 16 prints der 1d-red wurden beide Druck-Einheiten gemeinsam eingesetzt (Doppelbögen), in den späteren prints (1d-viol./green) nur jeweils eine Einheit und zwar untereinander abwechselnd.

- Es wird angegeben, dass bei 2 *printings* alle 1914 gelieferten Druckplatten, also auch die 4 ohne Wertstufenangaben, beteiligt waren. Dies steht jedoch im Gegensatz zu der Angabe, dass eine dieser 4 *blank master dies* bereits 1915 mit den Wertstufenangaben für die 1/2 Penny-Marke versehen (*engraved*) wurde. (?) -

IV

Wie alle KGV-Druckplatten, so wurden auch die 4 One-Penny-Platten einzeln angefertigt, von Hand graviert. Sie zeigen zwar alle das gleiche Markenbild, zwangsläufig aber doch Unterschiede (*Plate Varieties*).

Jede KGV-One Penny- Marke gibt es somit in vier Varianten.

Von jeder Variante = Druckplatte wurden über eine Mrd. Exemplare gedruckt:

- Das sind im Schnitt

jährlich : etwa 58 Mio. Marken (480 000 Marken-Bögen)

oder

täglich : etwa 150 000 Marken (1300 Marken-Bögen)

Für die 18 *printings* in „Rot“, waren es allein jeweils:

etwa 52 Mio. Marken (430 000 Marken-Bögen)-

Infolge dieser großen Auflagen ist es nicht weiter verwunderlich, dass entgegen der seinerzeitigen Erwartung auf ein

visually unlimited life der *hardened steel plates*

die feingravierte Oberfläche sich mit zunehmender Dauer doch abnutzte und sich kleine Beschädigungen zeigten. Und so ergaben sich außer den quasi „Druckplatten-Geburtsfehlern“, im Laufe der Zeit noch zahlreiche

„Druckplatten -**Gebrauchsfehler**“ (*shades*) .

Zu berücksichtigen sind ferner noch

„Fehler beim Drucken,“

verursacht durch falsche Handhabung der Presse, z.B. Drucken der gummierten Rückseite. Oder, wie ist es überhaupt möglich (Titelbild BW), dass bei einem nebeneinander liegenden Paar eine der beiden Marken kopfsteht?? Steht dabei auch das Wasserzeichen auf dem Kopf?

Zusammengefasst, eröffnet sich bei mehr als 450 dokumentierten und beschriebenen Abbildungsfehlern für den Spezialisten ein weites Tätigkeitsfeld.

Die KGV- One Penny ist die Marke mit der „schlechtesten“ Druckqualität.

V

Um die einzelnen Marken auch ohne Hilfsmittel abtrennen zu können, wurden die gedruckten Markenbögen - in einem zweiten Arbeitsgang - mit einer

Zählung (*Perforation*) versehen.

Dazu werden in die Markenränder - gleichmäßig verteilt - Löcher gestanzt. Kleine Löcher ergeben viele, kurze Zähne, große Löcher entsprechend weniger aber längere Zähne. Der Lochabstand ergibt die spätere Zahnbreite. Loch-Durchmesser und -Abstand bestimmen, wie leicht eine Marke sich heraustrennen lässt bzw. ob der verbleibende Markenbogenrest noch genügend Stabilität behält.

Die einzelnen Marken sind im Markenbogen fortlaufend aneinander gedruckt, sollen aber untereinander immer das gleiche Zähnebild aufweisen.

Die dazu notwendige Spiegel-Symmetrie der Seiten wird erreicht, wenn die Lochreihen genau auf den Markentrennlinien liegen.

An den Ecken stoßen nicht zwei sondern 4 Marken zusammen. Gleichmäßig vierteilen lässt sich aber nur ein Loch - kein Zahn - und zwar nur dann, wenn das Loch genau auf dem Schnittpunkt der Marken-Trennlinien liegt.

Um die Zwischenräume gleichmäßig aufzuteilen, wird häufig für die Quer- und Längs-Seite ein unterschiedliches Zähnungsmass verwendet. Dabei hat meistens die längere Seite bei gleichem Lochdurchmesser den etwas größeren Lochabstand.

Ein perfektes Zahnbild erkennt man daran, dass die „Ecken“ Viertellöcher sind.

Auf dem bekannten

„Zähnungsschlüssel“

sind mögliche Loch-Bilder aufgereiht, und zwar in einem von der Marken-Größe unabhängigen Maß:

Löcher auf 2 cm.

Üblicherweise werden jeweils ganzzahlige Lochmasse - in Viertel unterteilt-dargestellt.

- Für einige Markenlängen ist dieses Raster allerdings zu grob und es passt keine der angegebenen Lösungen richtig. Der nächstgelegene Wert ist normalerweise zur Bestimmung aber ausreichend.-

Die KGV-One Penny gibt es mit **drei verschiedenen Zähnungen**

Zunächst wurde mit der in Australien vorhandenen

„**Kamm-Stanze**“ (*Single line perf. machine gauging*)

geloht. Hierbei wurden zuerst nur die horizontalen Lochreihen gestanzt, das ganze Markenpaket um 90° gedreht und dann erst, in einem weiteren Durchgang, die vertikalen Seiten. Als Zähnungsmass wurde **18 wholes to the inch** (*14 Löcher auf 2cm*) ausgewählt.

- Das allseitig gleiche Zähne-Maß, sowie Ungenauigkeiten beim Drehen führten dazu, dass die Ecklöcher der waagrechten und der senkrechten Lochreihen nicht genau übereinander liegen und somit ein zerfasertes, ungleiches Eckzahnbild die Folge ist.-

Ab August 1914 wurde eine eigens für die KGV-Marken hergestellte

neuartige Stanze (*comb perf. machine gauging*)

eingesetzt. Hierbei werden alle 4 Seiten gleichzeitig in einem Durchgang geloht. Es ergibt sich automatisch nur jeweils ein Eckloch und somit Gleichheit aller vier Markenecken. Gleichzeitig wurde das Zähne-Maß geändert in **14,25 x 14**.

Das Ergebnis für die ungewöhnlich große Marke ist

17 Zähne waagrecht und 20 Zähne senkrecht

Ab Febr. 1926 kam dann eine weitere *Comb*-Maschine zum Einsatz mit einem etwas gröberen Zahn-Bild: **13,5 x 12,5** und 16 bzw. 17 Zähnen.

Beide Stanzen wurden nebeneinander eingesetzt, bis schließlich (1928) die erste verschrottet wurde.

Perforation, ihre Fehler / Besonderheiten / Raritäten:

Fehlende -, raue -Zähne, / verschobene -, ganz /teilweise fehlende -, doppelt perforierte -Lochreihen.

VI

Mit dem gleichen Schiff wie die Druckplatten kamen auch die für die erste Auflage notwendigen Mengen an Papier und Farbe in Australien an.

Das für Stahlplatten-Drucke geeignete **Papier** stammt von renommierten, britischen Papiermühlen, die auch mit der Lieferung von Banknotenpapier betraut waren.

Genau wie Banknotenpapier wurde auch das Briefmarkenpapier zum Schutz gegen Fälschungen mit einem

Wasserzeichen (*Watermark, WZ*)

versehen. - Wasserzeichen sind Zeichen oder Figuren, die als Dünnstellen im Papier in der Durchsicht - mehr oder weniger leicht - erkennbar sind -.

Für die KG V-One Penny sind 4 Wasserzeichen verwendet worden:

Wasserzeichen, ihre Besonderheiten, Raritäten sind:
verschommen, fehlend, kopfstehend

VII

Das **Druck-Papier**

für die erste Ausgabe war auf der Rückseite bereits gummiert (*pre gummed*) und die Vorderseite leicht glänzend mit Lack überzogen (*surfaced*). Leider war die Papierdicke so sehr verschieden, dass nur ein sehr unterschiedliches Druckergebnis möglich war.

Bereits für die nächste Ausgabe konnte die Qualität entscheidend verbessert werden. Der Überzug auf der Marken-Vorderseite wurde vermindert (*semisurfaced*) und die Papierstärke vereinheitlicht.

Diese Papiersorte ist bekannt unter dem Namen

„Smooth Paper„

Es ist das Standardpapier der KGV-One Penny - übrigens auch für die gesamte KGV -Serie -.

Der weitaus größte Teil des *Smooth Paper* wurde für die Ausgaben 1914/18 und 1922/26 verwendet. Sie sind am *Single Watermark (WZ 2)* erkennbar.

In der Zwischenzeit - 1918/19 - hatten Cooke - und später auch Harrison - versucht, mit dem **WZ 4** - Papier Stahlplatten-Drucke durchzuführen. Die gegenüber der *WZ 2* -Ausführung wesentlich größeren Wasserzeichen-Dünnstellen verminderten jedoch die Festigkeit so entscheidend, dass nur eine geringe (*small*) Menge zur Auslieferung kam. Man war -1922/26- genötigt, auf die Restbestände von *WZ 2* - Papier zurückzugreifen.

1926 (WZ 5) und noch mal 1931 (WZ 6) wurde das Wasserzeichen erneut aktualisiert. Der Gefahr, dass - ähnlich dem *WZ 4*-Fall - die sehr großen *Small multiple* - bzw. *Multiple CofA*- Wasserzeichen keine ausreichende Festigkeit ergeben würden, begegnete man durch ein etwas stärkere Papierdicke.

-*WZ 6*- *Smooth Paper* wurde bis zum Ende der „Wasserszeichenzeit“, (1950) beibehalten, über die *KGV*-Serie hinaus, auch noch für die nachfolgenden Serien.-

Auf Grund von Nachschub- und Herstellungs-Schwierigkeiten während und nach dem Weltkrieg, sowie später, in der Weltwirtschaftskrise, ergaben sich zwischendurch mehrfach Versorgungs-Engpässe.

So versuchte man (1916 und sporadisch 1917 / 1918), auch mit einem etwas einfacheren Papier auszukommen. Dieses Papier ist bekannt unter dem Namen

„Rough Paper“ .

Es war nicht oberflächenbehandelt (*unsurfaced*) und ergab ein nicht voll befriedigendes Druckergebnis (*inferior quality*).

Ebenso versuchte man, ein ursprünglich für die „*KGV Engraved- Marken*“, geliefertes, somit vorhandenes Papier einzusetzen. Dieses so genannte

„War Savings Paper“ .

war *unsurfaced, ungummed* (es musste nämlich vor dem Druck angefeuchtet werden) und *WZ 2-watermarked*.

Da die Stahl-Druckplatten dieses Papier jedoch nicht annahmen, wurde Ende 1916 eigens eine weichere Kupfer-Druckplatte (*Elektrotype Plate - Die III*) angefertigt. Im Jan/April 1917 erfolgte dann der Druck und zwar in einem Format: 12 horizontale Reihen à 10 Marken, ohne Zwischen-*gutter*. Für die Perforation im Nov/Dez 1917 war eine ganz spezielle Arbeitsweise der Comb -Maschine nötig. Das Bogenpaket musste mehrfach gedreht und gewendet und so mehrfach gestanzt werden. Mitte 1918 kam dann eine Auflage von immerhin 13 Mio. Stück zum Verkauf.

Auch im Aug 1924 war kein *smooth-Papier* da. Man musste notgedrungen auf einheimisches Papier

locally manufactured paper

abweichen. Es hatte kein Wasserzeichen und wurde erst nach dem Drucken gummiert. Die Höhe dieser „Not-Auflage“, belief sich immerhin auf 15 Mio. Stück.

VIII

Für Drucke mit Stahlplatten geeignete

Druck-Farben

wurden ebenfalls aus England angeliefert.

Damit waren aber auch die gleichen Probleme wie für den Papier-Nachschub vorprogrammiert. Erschwerend kam bei den Druckfarben hinzu, dass nämlich damals das weltweite Monopol für synthetische Druckfarben den beiden deutschen Firmen BASF und FARBEN-BAYER („Anilin „; „Indanthren“) gehörte.

Genau wie alle bisherigen Marken der Wertsufe One Penny startete die

KGV-One Penny im traditionellen **Rot** (red)

Auf Grund einer internationalen Vereinbarung mit der UPU musste sie aber zu einer anderen Farbe des Regenbogens wechseln:

1922 zu **Violett** (violet) und 1924 zu **Grün** (green)

Schaut man genauer hin, so erkennt man jeweils kleinere Farbunterschiede. Genauso wie es in der Musik um unterschiedliche Töne geht, spricht man im Reich der Farben ebenfalls von unterschiedlichen **Tönen** („Farbtöne“).

Die mögliche Palette erstreckt sich von unterschiedlichen

Farbton-Stärken (z.B. *pale* ; *deep*),

über **Zwischen-Farbtöne** (z.B. *salmon* ; *emerald*),

bis hin zu **Farbton-Kombinationen** (z.B. *bluish-green* ; *brown-red*).

In dem deutschsprachigen „Farbenführer“ (Michel/München) sind hierzu 570 mögliche, unterschiedliche Farbtöne benannt und dargestellt. Bei dieser Fülle von Möglichkeiten ist es nicht weiter verwunderlich, dass sich die verschiedenen Ausgaben der KGV- One Penny - mal mehr, mal weniger- farblich von einander unterscheiden. Der Druck der einzelnen Ausgaben selbst erfolgte in mehreren, aufeinander folgenden printings. Und so ergeben sich auch für die einzelnen Ausgaben selbst - meist mehrere (3-5) - Farbnuancen.

- Das gleiche gilt übrigens auch für die anderen Wertstufen, für die parallel laufende Cangaroo-Serie und auch noch für die nachfolgende KGVI - Serie.-

- Haben Sie schon einmal beobachtet, dass sich eine Markenfarbe ändert, wenn sie statt auf weißem Untergrund auf bunte Unterlagen aufgeklebt wird (Farbwirkung)? -

Den Vogel schießt die

One Penny- red- Ausgabe August 1914

mit insgesamt 28 unterschiedlichen Farbtönen ab.

Diese Ausgabe hatte - vergleichsweise - mit den anderen die größte Auflage, folglich auch die meisten *printings* und damit verbunden, auch jedesmal etwas farbliche Unterschiede. Für die 6 Jahre bis Ende 1920 werden insgesamt 18 diskrete Druck-Termine genannt.

Jedenfalls ist

Die KGV-One Penny die farbigste Einfarbige.

Für die Praxis wesentlicher ist die Frage, wie sehen die zu den unterschiedlichen Farbton-Bezeichnungen gehörenden Farbtöne eigentlich aus?

Um den Zusammenhang zwischen den Farb-Namen und dem zugehörigen Farb-Aussehen zu bestimmen -und umgekehrt-, eignet sich auch in diesem Fall wieder die Vergleichsmethode. In einem

Farbenschlüssel (Colour Guide)

- ähnlich dem Zähnungsschlüssel - sind dazu die vorkommenden „Farbtöne“ - fein abgestuft und mit Namen versehen - dargestellt.

Der Englisch-sprachige *Stamp-Colour Key* (Stanley Gibbons -Item 2530 - 200 Farbtöne) eignet sich zur Farbbestimmung nicht. - Von den insgesamt 46 angeführten und unterschiedenen Farbnamen kennt dieser Schlüssel lediglich etwas mehr als die Hälfte. -

Hinweise welcher andere Schlüssel zugrunde liegt, gibt es leider nicht.

Eine farblich gegliederte KGV-One-Penny-Option ist nicht machbar.

- Auch der Trick mit den Farbangaben im UV-Licht funktioniert nicht, ebenfalls mangels Farbschlüssel. (Wie sieht z.B. *greyish-red* bei UV-Licht aus?)

- Zwangsläufig ergibt sich die Frage, ist ein so feines Raster an Farbtönen überhaupt sinnvoll?

Die KGV-One-Penny gehört zu den dem Typus: Farbe auf weißem Grund. Für den Bildinhalt bei zweifarbigen Bildern kommt es nur auf den Farbübergang zwischen beiden (*Kontur*) an, nicht auf die Farben selbst.

- Auch eine *Lila* Kuh auf *Weiß* wird zweifelsfrei als *Kuh* erkannt, vorausgesetzt das *Lila* hat die Form einer *Kuh*.

Das menschliche Auge als Farb-Indikator kann Farbunterschiede sehr gut erkennen, aber den Farbton selbst nicht bestimmen. Ohne Vorliegen eines Vergleichs ist daher der Farbton weitgehend belanglos.

Die erreichbare Farbton-Gleichheit in der Herstellung bis hin zur gebrauchsfertigen Druckfarbe ist aus dem gleichen Grund ungenügend. Schon bei kleinsten Mengen nur durch besondere Maßnahmen zu erreichen.

Auch der Zahn der Zeit allein hat schon eine unterschiedliche Farbtonänderung zur Folge, meist werden die Farben blasser.

IX

Zu einem Katalog gehört neben dem Warenangebot auch das dazugehörige

Preisangebot.

Billige und teure Briefmarken unterscheiden sich weder durch ihren sächlichen Aufwand, noch durch ihre künstlerische Gestaltung/Schönheit.

Briefmarken sind lediglich *Geldscheine*, konzipiert und speziell geeignet zur Bezahlung postalischer Leistungen. Genauso wie auf Banknoten ist deshalb auf jeder Briefmarke der Herausgeber (*Australia Postage*) und der Wert (*Kaufpreis*) fest vorgegeben. Was man dafür bekommen kann, steht jedoch auf einem anderen Blatt (*Post-Tarife*).

Wie alles andere, so wurden auch die Posttarife im Laufe der Zeit immer wieder angehoben. Automatisch mit jeder Tarifierhöhung gab es jedes Mal neue „Geldscheine“ der höheren Wertstufen. Gleichzeitig damit wurden aber die „Alten“, jedesmal ein Stück wertloser, bis sie schließlich nur noch als *Ergänzungsmarken* (*Make Up Use*) und schließlich gar nicht mehr verwendbar waren.

- Für die Zustellung eines einfachen Inlands-Briefes war seinerzeit eine einzige KGV-One-Penny-Marke nötig, bei einem Tarif von 50 Cent heute, wäre fast ein ganzer Markenbogen erforderlich. (Wertverlust der *One-Penny* 1: 50) -

- Etwas Gutes (?) haben aber die Tarifierhöhungen auch: eine Flut von zahlreichen neuen, schönen Briefmarken. -

Was liegt also näher, als dieses „alte, nutzlose *Ersatzgeld* / *Geldersatz*“, genauso wie andere

Antiquitäten

zu behandeln.

So werden für den Handel von einer börsenähnlichen Institution (?) Preise auf Grund erzielter Umsätze ermittelt (*Katalogpreis*).

- Eine Rolle spielt sicher auch, dass – im Gegensatz etwa zu einer Kronkorkensammlung - eine Briefmarkensammlung immer noch als Geldanlage / Vermögen betrachtet wird.-

Die Katalogpreise für die KGV-One-Penny bewegen sich zwischen 1\$ und 3 000 \$.

Katalogpreise werden gerne für den bargeldlosen *Marken-Tausch* benutzt.

Im *Markenhandel* und bei *Auktionen* sind die erzielten Preise - meist erheblich- geringer als die Katalogpreise. Sie richten sich ganz einfach danach, was beide Seiten für akzeptabel halten.

Dabei gilt generell:

Je seltener die Marke, desto teurer.

- Viele Katalogpreise überhaupt anzugeben - z.B. den für eine „*Blaue Mauritius* „ - ist allerdings völlig sinnlos (zu selten) -

Entgegen sonst üblichen Wertvorstellungen werden bei der Preisfindung von Briefmarken

fehlerhafte Marken

besonders hoch dotiert.

- So kostet z.B. eine One-Penny mit auf einem auf dem Kopf stehenden WZ das 150-fache der normalen Marke.-

X

Nicht nur aus Preisgründen, sondern auch der Vielzahl wegen sind

King George V - „Spezialitäten „ - Sammlungen sehr selten ,

bzw. beschränken sich meist auf nur wenige Exemplare.

Ausgaben: 1914 / 1937

A) One Penny - red (3.8 Mrd)

Nr.	BW 70 / Mi 30	BW 71	BW 72
Erst -Ausgabe	17. Juli 1914	7. Aug. 1914	Nov. 1916
Printer	J.B. Cooke	Cooke/Harrison	Cooke
Farbtöne	2	28 !	20 !
Papier		smooth	rough
	surfaced	semisurfaced	unsurfaced
Watermark	WZ 2	WZ 2	WZ 2
Zählung	14,2 single line / comb	14,25 comb	x 14 perf
Auflage	(5,3 / 79,4 Mio)	s.o.	s.o.
Bem.			Booklets
Preis	5.-/ 10.-	1.-	2.-

BW 75	BW 73 / 55a	BW 74 / 55b
15 Juli 1918	23. Jan. 1918	10.Dez.1919
J.B. Cooke	J.B.Cooke	T.S.Harrison
4	3	5
War Savings	smo	oth
unsurfaced	semi	surfaced
WZ 2	WZ	4
14,25 x 14 comb-spez.	14,25 comb	x 14 perf
(13,1 Mio)	(150 000)	?
DIE III		
30.-	90.-	12.-

B) One Penny - violet (265 Mio)

BW 76 / Mi 31
12.Febr.1922
T.S.Harrison
6
smooth
WZ 2
14,25 comb perf
265 Mio
1.-

C) One Penny - green (1,3 Mrd)

BW 77 / Mi 58	BW 78 / Mi56	BW 79 / Mi67
1.Mai 1924	20. Mai 1924	18. Aug.1924
Harrison / Mullet	T.S.Harrison	Harrison
7	3	3
smooth	smooth	locally
WZ 2	WZ 4	ohne WZ
		ungummed
	14,25 comb perf	
641 Mio	?	14,6 Mio
1.-	6.-	4.-

BW 80 /Mi 70A	BW 81 /Mi 70 C	BW 82 / Mi 98
23 Okt.1926	23 Dez. 1926	2 Okt.1931
Mullet	/ J.Ash	J.Ash
5	6	4
smooth		
WZ 5		WZ 6
14,25 comb perf.	13,5 x 12,5 comb perf	13,5 x 12,5 comb perf
637	Mio	?
1.-	0,50	1.-