

# Verkappte Nachrichten

Handelsgericht von Paris, 21. März 1879, 10 Uhr  
vormittags

Wendelin Brühwiler 22.04.2022



---

Die Jahre von 1830 bis 1870 zeichnen sich durch eine präzedenzlose Entwicklung der Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur aus. Anhand eines einzelnen Objekts, einer Briefmarke, die ihren Weg ins französische Markenregister gefunden hat, stellt der vorliegende Beitrag Zusammenhänge von zwei quasi-universellen Institutionen zur Diskussion, die aus dieser Phase der Modernisierung hervorgingen: das Postwesen und das Markenrecht.

---

Am 21. März 1879, um 10 Uhr vormittags, erfolgte am Handelsgericht von Paris eine eigenartige Hinterlegung.<sup>1</sup> Sie bestand aus einer Briefmarke der französischen Post, um die in flüchtiger Ausführung mit Tinte ein doppelter Rahmen gezogen war. Dazu kommen weitere handschriftliche Ergänzungen: Über die Briefmarke findet sich der Titel «Gosslett & Sons, Patentees», darunter die Bezeichnung «Drill' Lyd SHARPS» gesetzt (Abb. 1).



Abb. 1: INPI 1MA5, No. 34037 [21.03.1879], Detailansicht. © Autor 2016

Unter letzterem kann man sich kleine Bohraufsätze vorstellen. Ersteres ist etwas irreführend, denn der Eintrag stammt nicht von einer Firma mit diesem Namen, sondern von der Gesellschaft Gossioûme père, fils & cie., die in Paris ein Merceriegeschäft betrieb.<sup>2</sup> Sie war am fraglichen Tag auf dem Gericht vorstellig geworden, um eine Handelsmarke zu registrieren. Zumindest war dies die erklärte Absicht, in der die Angelegenheit auch allererst aktenkundig wurde. Zum Zweck einer solchen Registrierung war den Behörden ein Modell der Marke verfügbar zu machen, das sodann im Rahmen eines niederschweligen Verfahrens (procès-verbal) in eine Formularstruktur integriert und zur weiteren Aufbewahrung ins Coservatoire des Arts et Métiers weitergeleitet wurde. Auch im vorliegenden Fall hatte dieser Prozess seinen gewohnten Gang genommen bis hin zu der Erklärung, mit der der Depositeur zu Verstehen gab, sein kleines Kunstwerk einem Eigentumsanspruch zu unterstellen: «Nous soussignés, Gossioûme père, fils & cie. [...] nous réservons la propriété de cette marque et le droit de la reproduire dans tous les formats et tous les coloris.»<sup>3</sup>

So ist der Vorgang rein äusserlich kaum bemerkenswert. Er entsprach der gängigen Praxis und gleicht auch im Resultat den typischen Registereinträgen (Abb. 2).

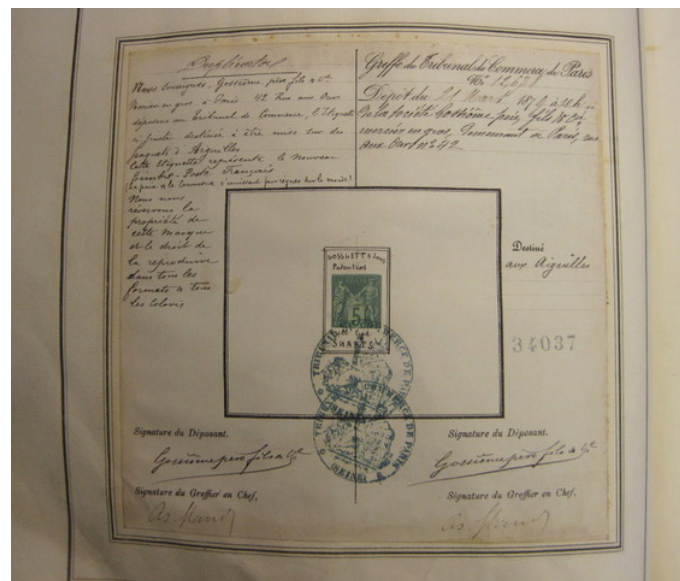


Abb. 2: INPI 1MA5, No. 34037 [08.10.1879]. Im Zentrum das sogenannte Markenmodell, links die Erklärungen des Depositeurs, rechts die Angaben des Gerichtsschreibers. © Autor 2016

Die Eigenartigkeit, oder vielmehr Fragwürdigkeit, liegt schon eher in den Bedeutungsunterstellungen der Aktion, wobei bereits die Briefmarke selbst eine Reihe von Fragen aufwirft. Ihr Motiv besteht aus einer allegorischen Darstellung von Frieden und Handel, die sich über einem Globus die Hand reichen. In den Worten des Depositeurs, der nicht versäumte, eigens auf dieses Motiv hinzuweisen: «La paix & le commerce s'unissant sur le monde». Auch ist die Briefmarke auf dem Weg ins Gericht nicht unversehrt geblieben, sondern um den gezähnten Rand beschnitten. Die Zähnung war eine Neuheit der Serien der Dritten Republik. Diese hatten zunächst allerdings wieder das Motiv der Zweiten Republik, Ceres, aufgegriffen, um im Laufe der 1870er-Jahre

zum allegorischen Motiv von Frieden und Handel zu wechseln. Durch die Kombination des neueren Motivs mit der älteren Ausführung setzte der Eintrag nun aber seinerseits eine Verzahnung ins Werk, die die Merkmale hoheitlicher Repräsentationsprogramme rekombinierte und deren chronologische Abfolge unterlief. Das hinterlegte Objekt steht dabei nicht einfach für seinesgleichen, sondern inszeniert eine forcierte Abweichung: Als ein in seiner materiellen Beschaffenheit ruiniertes Exemplar steht es für eine kaum verhohlene Verfälschung, die die eigene Differenz offenlegt, ohne den Wiedererkennungswert zu mindern.<sup>4</sup> Als wäre es noch nötig, die Frechheit der Aktion zu unterstreichen, fehlt der Briefmarke ausserdem die unterste Partie, der Sockel, auf dem die beiden allegorischen Figuren stehen und der die Inschrift «République Française» trägt.

Mit seinen Manipulationen setzte der Depositeur also eigene Vorstellungen an die Stelle jener Schnittstellen und Fundamente, welche den Wertzeichen Merkmalscharakter und Geltungskraft verliehen, sie in gewisser Weise funktionstüchtig machten. Durch den Transfer der Marke vom Postwesen ins Gebiet des geistigen Eigentums deutete er zugleich einen eigenartigen Funktionswechsel an. So ruft der Eintrag die enge Verstrickung des Warenverkehrs mit regulatorischen Angelegenheiten auf. Um diese soll es im Folgenden gehen, wobei ein weiteres Indiz in den Mittelpunkt rückt: der Nennwert. Die 5 Centimes, auf die die Marke als Briefmarke lautet, führen auf die Spur einer Ökonomie der Verschickung, die zur Zeit der Hinterlegung im Begriff war, einen globalen Speditiouszusammenhang mit Einheitstarif durchzusetzen. Auch der Motivwechsel von der Ceres, der römischen Göttin für Landwirtschaft, zu Friede und Handel erfolgte anlässlich dieses Umbruchs, der Einführung neuer Tarife im Rahmen der Union générale des postes ab 1876. Bis 1878 gelangte die neue Marke in einer Auflage von rund 17 Mio. Stück in Umlauf.

Die Union générale des postes markierte den vorläufigen Abschluss einer Entwicklung in Transport und Kommunikation, die zu Beginn des Jahrhunderts eingesetzt hatte. Das mittlere Drittel des 19. Jahrhunderts zeichnete sich allerdings durch eine Divergenz zwischen den Übermittlungsfristen von Korrespondenz und Transportfristen von Waren aus. Diese Dynamik betraf besonders die Küstenregionen Westeuropas, wo durch Effizienzsteigerungen zu Land und durch Kurzdampfschiffe zu Wasser noch vor der Jahrhundertmitte eine bedeutende Beschleunigung des Nachrichtenverkehrs eingetreten war.<sup>5</sup> Korrespondenz, Geschäftsofferten aber auch Warenmustersendungen eilten der Ware voraus. Durch den regelmässigen Verkehr von Überseekursen wurde diese Situation zunächst verallgemeinert, wobei sich durch den Ausbau neuer Warenumschlags- und Anschlussverkehrsinfrastruktur in den Häfen aber bereits wieder eine stärkere Konvergenz anbahnte.<sup>6</sup> Im Binnenverkehr wurde die Eisenbahn zum Mass aller Dinge. Sie brachte eine Konvergenz der Geschwindigkeit von Waren und Nachrichten. Allerdings vollzogen sich neue «Aufspaltungen» über tarifäre Differenzierungen und Preispolitik.<sup>7</sup> Diese betrafen weniger den Rohstoffhandel, wo sich an den

telegrafisch verbundenen Warenumsschlagplätzen ab den 1870er-Jahren eine spekulative Marktstruktur herausbildete, die von den Transporterfordernissen weitgehend absehen konnte. Im ausserbörslichen Geschäft aber stützten sich die Händler und Kaufleute weit über die Einrichtung der Telegrafennetze hinaus nach wie vor auf die Verschickung von Papier: Korrespondenz, standardisierte Geschäftsofferten, mehr und mehr auch Prospekte, (Versand-)Kataloge und weitere Werbemittel. Zudem waren mit der Eisenbahn neue Dienste für den Paket- und Stückgutversand entstanden.<sup>8</sup>

Die Pointe postalischer Universalisierung liegt vor diesem Hintergrund nicht auf Ebene der Transportsysteme, sondern der Tarifstruktur. Neuartige Einheitstarife entbanden die Kosten einer Sendung von Rücksichten auf den Raum, den sie durchquerte. Das dispensierte davon, den Preis auf einer materiellen Bemessungsgrundlage (‘Taxis’) zu basieren und nach Grösse, Gewicht und Wegstrecke einzeln zu berechnen. Einheitstarife erleichterten auch ein Vor-Inkasso des Portos beim Absender.

Briefmarken sind Ausdruck dieser doppelten Umstellung. Die sogenannten Penny-Post-Systeme, die zunächst örtlich auf Zentren wie London oder Paris und über – oft umgangene – soziale und regulatorische Zugangsschranken begrenzt waren, wurden ab 1840 raumgreifend eingerichtet. Dank stark erhöhter Partizipation und Standardisierung von Arbeitsabläufen waren diese Systeme auch wirtschaftlich. So entkoppelte sich die kommunikative Ökonomie vom geographischen Raum. Die Union générale des postes, die ab 1874 in wenigen Jahren einen Rahmen für den weltumspannenden Postverkehr implementierte, lässt sich als ein vorläufiges Ende dieser Entwicklung verstehen.

Mit Blick auf den Briefverkehr und die damit verknüpften Option der Substituierung von Zeichen und Körper spricht Bernhard Sieger von einer «Sub-Epoche» der Post, die mit einer institutionellen «Aufspaltung von Personen- und Nachrichtenverkehr» um 1900 an ein Ende kam.<sup>9</sup> Ebenso wurde im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts der Waren- und Nachrichtenverkehr neu ins Verhältnis gesetzt. Auch hier liess sich die Kostenseite nicht mehr hinreichend genau auf eine Transportleistung im eigentlichen Sinn zurückführen. Wo es um Güter und die Kenntnis über ihre Verfügbarkeit ging, wurden allerdings weiterreichende Unzurechnungsfähigkeiten wirksam als jene zwischen Körper und Zeichen, aus denen die literarischen «Gespenster» (Siegert) der Jahrhundertwende hervorgingen. Die neuen Tarife rührten nicht nur an ontologischen Unterscheidungen – zwischen Nachrichten und Waren (d. h. Brief- und Paketsendungen) – sondern auch an typologischen – zwischen Privatkorrespondenz, Geschäftskorrespondenz und Drucksachen. Mit dem quasi-universellen Postsystem, wie man vor diesem Hintergrund wohl besser sagen würde, verlagerte sich der Akzent vom Widerstand des Raums auf dessen Durchlässigkeit. Die preislichen Standardisierungen bedeuteten hinwieder eine ökonomische Homogenisierung, welche die Erreichbarkeit eines schier unerschöpflichen Reservoirs potentieller Käufer in Aussicht stellte.<sup>10</sup>

Die Einheitstarife, die zunächst auf politisch-gesellschaftliche Integration zielten, eröffneten Marktchancen.

Diese Chancen waren der Gesellschaft Gossiôme nicht entgangen. Während das hinterlegte Objekt die repräsentative Seite institutioneller Arrangements ausstellt, weist der angegebene Zweck der Marke unmissverständlich auf eine Ökonomie der Verschickung. Nämlich handle es sich bei der Marke um eine «Etiquette», die auf Päckchen von Nadeln angebracht werden sollte.<sup>11</sup> Die Marke bemächtigte sich also nicht nur der Wertzeichen der Post, sie war auch erklärermassen dazu bestimmt, auf die Post zu gehen. Wieso aber wählte Gossiôme die 5 Centimes? Es gibt zwei ähnlich plausible Antworten, die beide mit dem arbiträren Charakter der Portoregeln zusammenhängen.

Erstens blieb im Rahmen des Union weiterhin Spielraum für gebietsabhängige Sondertarife. Tatsächlich trat das auf dem ersten Kongress des Weltpostvereins beschlossene Regime in Frankreich mit einiger Verzögerung, nämlich Anfang 1876 in Kraft. Vor allem aber machten die Behörden von der Möglichkeit Gebrauch, Aufschläge zu erlassen.<sup>12</sup> So lag der Tarif für auf französischem Gebiet aufgegebenen internationale Briefsendungen um 5 Centimes über dem Regeltarif.<sup>13</sup> Für französische Gebiete galten unmittelbar geschäftsrelevante Nachteile. Man kann sich die 5 Centimes also als Requisition zusätzlicher Kosten vorstellen, die Gossiôme bei jeder Lieferung entstehen mussten: Die Marke und mit ihr die verpackten Nadeln würden auf die Briefpost gehen, um den im tarifären Spielraum der französischen Behörden verlorengangenen Betrag wieder einzuspielen.

Zweitens jedoch – und das führt zu einer Interpretation von grösserer Tragweite – ergab sich bei aller Standardisierung der Tarife keine trennscharfe Unterscheidung von Waren und Nachrichten (bzw. Objekten und Botschaften). Zum Zeitpunkt der Hinterlegung galt dies nur schon auf Ebene der internationalen Abkommen, die keine klare Unterscheidung von Brief- und Paketsendungen festlegten. Der Unionstarif relativiert also nicht nur die Bewegung durch den Raum,<sup>14</sup> er relativierte auch die realen Kriterien der speditierten Objekte (Grösse und Gewicht). Die Konventionalisierung von Tarifklassen war 1879 zwar noch nicht bis zum Paketdienst vorgedrungen, es dauerte bis Mitte der 1880er-Jahre bis er unionsweit operierte. Konventionalisiert waren hingegen schon Drucksachen und Geschäftskorrespondenz. Hier setzten sich auch die Privilegierung von Warenmustersendungen fort, die bereits zuvor im Rahmen bilateraler Abkommen zu stark reduzierten Sätzen speditiert wurden. Damit ergaben sich Möglichkeiten, die an ein raffinierteres Kalkül denken lassen: den Versand kleiner Mengen Nadeln zum Tarif für Warenmustersendungen. Dieses Vorhaben stellt sich als besonders vorteilhaft dar, denn die Preisdifferenz von Warenmustern zu Briefen war vor allem für leichte Sendungen erheblich. Auf die praktische Vorstellung von Gossiômes «paquets» braucht man sich dabei gar nicht allzu weit einzulassen, denn bei seinem Versandhaus handelt es sich ohnehin um ein Projekt, dessen Realisierung ungeklärt bleiben muss. Es genügt zu wissen, dass Gossiôme mit seinen Nadeln ein Produkt im Sinn hatte,



welches leicht, klein und nahezu beliebig zu dosieren war, sodass es ohne Weiteres tarifgerecht verpackt und preiswert verschickt werden konnte. (Die Rekonstruktion der Geschäftsidee reicht, ganz im Sinn des prätextierten Gebrauchs, der für die Markenregistrierungen insgesamt massgeblich war, an eine vergangene Möglichkeit, nicht aber an die vergangene Wirklichkeit heran.)

Der Depositeur der Marke hatte sich im Umfeld der Umstellungen im Transport- und Verkehrswesen auf das neue Standardporto ein Nischengeschäft ausgedacht; ein Modell, das, so könnte man vielleicht sagen, auf den Nutzwert des institutionellen Rahmens abhebt. Der ‹Wert› der Marken springt dabei von der bezeichnenden Designation auf die Ebene der zustellenden Distribution. Dabei vergilt Gossîôme eine arbiträre Ordnung mit einer anderen: die tarifäre Diskriminierung der französischen Absender wird mit den Unschärfen der zugrundeliegenden Einteilungen verrechnet. Die Ansprüche, welche aus dieser ‹Abrechnung› erwachsen, liegen nicht im Nominalwert des piratisierten Wertzeichens. Das kompensatorische Moment der (Selbst-)Entschädigung nutzt die Spielräume einer Ökonomie, die auf die forcierte Integration hin zu einem Weltmarkt und Weltsystem zuläuft, und legt die Zurechnungsprobleme der neuen Ausgangslage frei.

Der Eintrag wird damit nicht nur als kritische Geste lesbar, die eine gegen den französischen Sondertarif gerichtete Gleichbehandlung inszeniert. Er führt vor Augen, wie sich Briefsendungen zu Warensendungen umfunktionalisieren lassen. Davon auszugehen, die Aktion habe sich gegen eine tarifäre Diskriminierung gerichtet, wäre eine im Vergleich mit diesem kleinen Umsturz beruhigende Interpretation, die im Ausbau der Infrastrukturen eine technische Externalität des Marktgeschehens und im Weltpostverein eine globale Institution erkennt, die vielleicht nicht immer fair sein mochte, die aber lediglich inkrementelle Verbesserungen erforderlich machte. Nimmt man dagegen die Unschärfen und operativen Spielräume der Tarifentwicklung ernst, sieht es anders aus. Wo Pakete und Briefe, Muster und Waren, Probensendungen und Lieferungen ununterscheidbar wurden, konnten Pakete verkappte Briefe, Briefsendungen verkappte Warenlieferungen und Waren verkappte Nachrichten sein.



### Empfohlene Zitierweise/Suggested citation

Wendelin Brühwiler: Verkappte Nachrichten. In: Tina Asmussen, Eva Brugger, Maike Christadler, Anja Rathmann-Lutz, Anna Reimann, Carla Roth, Sarah-Maria Schober, Ina Serif (Hg.): *Materialized Histories. Eine Festschrift* 2.0, 22/04/2022, <https://mhistories.hypotheses.org/6615>.



## Abstract

The decades between 1830 and 1870 witnessed unprecedented gains in speed and efficiency in transportation and communication. Starting in the western parts of Europe these changes soon extended on a global scale. Along with raising volumes of trade and commerce they provoked institutional reactions on the national and international level. The Universal Postal Union (1874) can be understood as one such reaction. Another was trade mark regulation that started out by mid-century on a national and bilateral level and led to multilateral agreements in 1883 (Paris) and 1891 (Madrid).

This contribution explores the interrelation between the developments in trade marking and postal services. It provides a ‘micro account’ on one single object, a postal stamp that found its way into the French trade mark register in 1879. By means of that object (and by courtesy of a Paris based tradesman who deposited the stamp) it highlights the intimate relationship between messages and deliveries at the outset of late 19th century mail-order businesses.



- 1 Bei dem Text handelt es sich um einen überarbeiteten Auszug aus: Wendelin Brühwiler: *Zeichenform und Warenverkehr. Eine Formatgeschichte der Marke, 1840–1891*, Göttingen 2020.
- 2 Paul Gosslett wiederum heisst der Protagonist eines Fortsetzungsromans des britischen Schriftstellers und Diplomaten Charles Lever, ein Hochstapler. Mehr dazu Brühwiler (wie Anm. 1), S. 261 ff.
- 3 Institut national de la propriété intellectuelle, 1MA5, No. 34037 [21.03.1879].
- 4 Zum begriffsgeschichtlichen Hintergrund: Corine Maitte: *Imitation, copie, contrefaçon, faux: définitions et pratiques sous l’Ancien Régime*, in: *Entreprises et histoire* 78 (2015), S. 13–26. Für die vorrevolutionären Zeit kann man mit Maitte drei ‚Handlungsmuster‘ der Nachahmung festhalten: *Imitatio* (Nachahmung mit Anerkennungspotential), *Copie* (Nachahmung mit Proliferationspotential) und *Contrefaçon* (Nachahmung mit Sanktionspotential). Diese drei Muster bzw. Akzentuierungen überlagern sich hier. Das rechtlich-bürokratische Register ist m. a. W. zur Unterscheidung kaum fähig. So lässt sich eine Entdifferenzierung geltend machen, die bereits im frühen 19. Jahrhundert einsetzte, als die Schwächung der staatlichen und korporatistischen Kontrollen ein vermindertes Sanktionspotential nach sich zog, während Verbesserungen in Transport und Kommunikation die Proliferationspotentiale erhöhten.
- 5 Yrjö Kaukiainen: *Shrinking the World. Improvements in the Speed of Information Transmission, c. 1820–1870*, in: *European Review of Economic History* 5/1 (2001), S. 1–28.
- 6 Bruno Marnot: *Les grands ports de commerce français et la mondialisation du XIXe siècle: 1815–1914*, Paris 2011, S. 369–417, insb. S. 380 ff.; Ders.: *À voile et à vapeur, les ports maritimes en transition au XIXe siècle*, in: Yves Bouvier, Léonard Laborie (Hg.): *L’Europe en transitions: énergie, mobilité, communication, XVIIIe–XIe siècles*, Paris 2016, S. 141–168.
- 7 Etwa in der Konkurrenz von Eisenbahn und Küsten- bzw. Flussschifffahrt: Marnot (wie Anm. 6), S. 390 ff.
- 8 Joseph Marfaing: *Les colis postaux*, Toulouse 1910.
- 9 Bernhard Siegert: *Relais. Geschieke der Literatur als Epoche der Post, 1751–1913*, Berlin 1993, S. 20–22.
- 10 Die Bestimmungen der Union betrafen Anfang 1879 rund 700 Mio. Menschen. Das Unionsgebiet umfasste neben den meisten europäischen Ländern und den USA Indien und Kanada sowie

die französischen und niederländischen Überseegebiete. Auch ein Grossteil Südamerikas kam im Laufe der Jahre 1878 und 1879 dazu.

- 11 INPI 1MA5, No. 34037 [21.03.1879].
- 12 Die französische Post war in den 1870er-Jahren stark defizitär. Alexis Belloc: *Les postes françaises: recherches historiques sur leur origine, leur développement, leur législation*, Paris 1886, S. 596 ff.
- 13 E. Egly: *The Universal Postal Union: Its History and Progress*, in: *The London Philatelist* 15 (1906), S. 2–11, S. 6.
- 14 Vor Inkrafttreten der Konvention galten je nach Speditionsweg grosse Preisunterschiede. So kostete etwa ein Brief, der aus der Schweiz nach Belgien geschickt wurde, wenn er seinen Weg über Frankreich nahm, rund doppelt so viel, wie wenn die Sendung über deutsches Territorium lief. *L'Union Postale Universelle: Sa fondation, son développement 1874–1924. Mémoire publié par le Bureau International*, Einsiedeln 1924, S. 22.