

## Over stempels, brieven en tarieven – afl. 164

“Filatelistisch geïnspireerd”



Voor mij is een vast onderdeel van de vakantie een onderzoek naar de kwaliteit van de plaatselijke bieren. Een mens moet tenslotte hobby's hebben. Toen ik een aantal weken geleden besloot om de hectiek van de Bondsvergadering te ontvluchten, werd Terschelling de bestemming. Geen zehond gezien, wel heel veel schapen, maar een fantastische week gehad.

De zoektocht naar het lokale biertje leverde een bijzondere ervaring op. Het is toch moeilijk om los te komen van de postzegels, want wat bleek: de ontwerper van het etiket van het Scelling Bier had zich duidelijk laten inspireren door de Cijferzegels die in 1899 verschenen en die we kennen als de Vürtheim-zegels. Je zou ook kunnen zeggen dat hij het ontwerp gewoon 'gejat' heeft. Speciaal voor u hebben we de etiketten zorgvuldig losgeweekt, nadat we het biertje geconsumeerd hadden. Een prima biertje trouwens, in verschillende smaken en sterktes verkrijgbaar.

Ik ga me niet verdiepen in de vraag of dit wel mag, al heb ik zo'n donkergrijs vermoeden dat de bierbrouwerij met dit ontwerp wat regels overtreden heeft.



Als je de site van de brouwerij wilt bezoeken moet je eerst 'bewijzen' dat je meerderjarig bent, door je geboortedatum op te geven, maar dan kun je ook kennis maken met de complete serie bieren/ Vürtheim:

<http://www.terschellinger-bieren.com/>





Feit is wel dat in de wereld van de filatelie in het verleden met enige regelmaat postzegelontwerpen gebruikt werden door anderen, bijvoorbeeld voor reclame doeleinden. Ik pluk er een stel uit mijn stockboek, speciaal aangelegd voor dit soort rariteiten.



nagemaakte zegels gaat.

De Berliner Etiketten Fabriek in Amsterdam maakte enkele hoge waarden uit de serie 'Hangend Haar' na om deze manier reclame voor het bedrijf te maken. Net als bij het Terschellinger biertje werd er ook nog een stempel bij bedacht. Je moet trouwens wel goed kijken om te kunnen zien dat het om



Dat probleem doet zich niet voor bij de reclamezegels van Steendrukkerij Van de Ven uit Den Haag die een variant op de Jubileum-zegels van 1913 uitgaf om de aandacht op zijn bedrijf te vestigen. De verhouding tussen de reclamezegel en de originele postzegel van 2½ gulden is op nevenstaande afbeelding goed te zien. Zou de ontwerper, de beroemde architect De Bazel, hier toestemming voor gegeven hebben?

De stap van een bieretiket naar een etikettenfabriek is maar klein, net als die van een postzegel naar een reclame voor postzegels. Ook de luchtpostzegel uit 1933, ontwerp Aart van Dobbenburg, werkte inspirerend. De postzegelwinkel van Santifort in Groningen maakte er reclame mee.



Ik houd me aanbevolen voor andere vondsten en suggesties.  
John Dehé