Shanghai Mi-Nr. 113 - 114:
Überdrucke auf Nr. 102 – 103 halbiert

Wolfgang Balzer

In Heft 155, S. 37 ff. stellte ich die Shanghai-Überdrucke Mi. 113 und 114 vor. Da es hier immer wieder Fragen gibt, möchte ich die Unterschiede noch einmal genau vorstellen.



I **II** **III**

Abbildung 1: ½ Ct. Aufdrucke und Katalogzuordnungen

Die wesentlichen Unterschiede zwischen den Varianten I, II und III bestehen dabei in der Form der „2“:

I: Die „2“ hat einen geraden Fuß, mit einem starken, senkrechten Aufwärtsstrich am Ende

II: Die „2“ hat einen geschwungenen Fuß mit einem schrägen Aufwärtsstrich und ist leicht nach rechts geneigt (der Bogen der „2“ ist ca. 0,1 mm rechts vom Aufwärtsstrich des Fußes; der linke Bogen des Fußes ist leicht links von linken oberen Bogen der „2")

III: Die „2“ hat einen geschwungenen Fuß, einen kleinen Aufwärtshaken und steht gerade (der Bogen der „2“ und der Aufwärtsstrich sind auf einer Linie)

Das für die Aufdrucke verwendete Klischee beinhaltete 10 senkrecht angeordnete Paare der Aufdrucke I-III, die in der Mitte durch einen Zwischensteg getrennt waren. Bei den oberen 5 Paaren ist der Punkt hinter Ct immer höhergestellt (o), bei den unteren 5 Paaren immer tief (u). Nach dem Aufdruck wurden die Marken in der Mitte senkrecht perforiert. Schematisch lässt sich das Klischee wie rechts gezeigt darstellen:
Für genauere Betrachtungen werden die einzelnen Positionen der Überdrucke von links oben nach rechts unten mit den Zahlen 1 bis 20 gekennzeichnet.

I u	II u
II u	II u
II u	II u
I u	I u
I u	II u
I o	I o
II o	I o
I o	II o
I o	III o
I o	I o



Mi. 113 oberer Teil Mi. 113 unterer Teil Mi. 114 oberer Teil Mi. 114 unterer Teil

Abbildung 2: Komplette Streifen der ½ Ct. Aufdrucke

Da für das Klischee die einzelnen Überdrucke separat gefertigt wurden, ist es nur natürlich, dass man beim genaueren Hinsehen noch weitere, kleinere Abweichungen

findet. Diese sind in der Regel klischeebedingt können aber auch durch unterschiedliche Druckstärken hervorgerufen werden.

Variationen der „1“:

- Bei der Variante I ist der obere Strich der „1“ in den meisten Fällen waagerecht, es gibt aber auch Marken mit einem schrägen Kopf Pos. 1, 9, 12 und 19).
- Bei der Variante II ist der obere Strich der „1“ in den meisten Fällen schrägt, die Marke an Position 20 hat einen waagerechten Kopf. Der waagerechte Kopfstrich fällt zudem oft sehr kurz aus.
- Der Fuß der „1“ ist in der Regel gerade, kann aber zur Mitte hin auch minimal verdickt sein (Pos. 1 und 19).
- Der linke und rechte waagerechte Fußstrich der „1“ kann unterschiedlich lang sein. Der linke Fußstrich kann fehlen oder nur sehr kurz sein (Pos. 3, 13 und 15).
- Die „1“ kann unterschiedlich hoch über dem Trennstrich stehen.
- Der Trennstrich zwischen der „1“ und der „2“ kann unterschiedlich lang sein.

Variationen der „2“:

- Bei der Variante I kann der Aufwärtsstrich am Fuß etwas kürzer ausfallen (Pos. 1, 7 und 19). Die Spitze des Fußes kann leicht abgerundet sein.
- Bei der Variante II ist die „2“ bis auf eine Ausnahme wie in Abb. 1 dargestellt. Bei der „2“ an Position 3 erscheint der Fuß fast gerade, zudem fehlt am Fuß der linke Abwärtsschwung. Zusätzlich fehlt am Fuß der „1“ der linke Strich.

Variationen des Punktes hinter „Ct“:

- Die höhergestellten Punkte im oberen Bogenteil sind gleichmäßig rund und haben einen Durchmesser von ca. 1 mm.
- Die tiefergestellten Punkte im unteren Bogenteil sind in der Regel länglich und haben eine Dicke von ca. 1.5 mm in der Horizontalen bzw. ca. 2 mm in der Vertikalen. Die Punkte an Position 11 und 20 sind gleichmäßig rund, wobei letzterer deutlich größer ist (ca. 2 mm).

Das wesentliche Unterscheidungsmerkmal zwischen der II und der III besteht in der Form des inneren Bogens der „2“. Bei der Variante II ist dieser verdickt, bei der Variante III läuft dieser schlank aus.

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen die verschiedenen Aufdruckvarianten an den jeweiligen Positionen:



Position 1 und 2: I o / I o



Position 3 und 4: II o / I o



Position 5 und 6: I o / II o



Position 7 und 8: I o / III o



Position 9 und 10: I o / I o



Position 11 und 12: I u / II u



Position 13 und 14: II u / II u



Position 15 und 16: II u / II u



Position 17 und 18: I u / I u



Position 19 und 20: I u / II u

Kopfstehende Aufdrucke

Verschiedentlich werden Marken mit kopfstehenden Aufdrucken angeboten, bei denen entweder beide oder nur ein Aufdruck invertiert ist.

a) Beide Aufdrucke kopfstehend

Livingston schreibt in seinem Katalog, dass diese Variante bei Mi.Nr. 113 und 114 auftritt. Zudem listet er eine Abart mit doppeltem Aufdruck, vom dem der eine kopfstehend ist, für die Mi.Nr. 113. Leider werden keine Abbildungen gezeigt.

Fortune Wang bildet in seinem Buch einige dieser Varianten ab, die ich nachfolgend zeigen möchte.

Mi.Nr.114, Normaler und kopfstehender Aufdruck:



I o I o I u II u III o I o II u II u

Die folgende Erläuterung erfordert etwas Phantasie, dafür muss man sich den auf der ersten Seite skizzierten Stempel einmal in einer um 180 Grad gedrehten Position und einmal in der normalen Position vorstellen. Dann findet man die entsprechenden Überdruckpaare in folgenden Reihen:

Stempel invertiert	Stempel normal	Stempel invertiert	Stempel normal
1. Reihe von unten	1. Reihe von unten	4. Reihe von unten	4. Reihe von unten
	oder		
5. Reihe von unten	5. Reihe von unten		

Damit sind sowohl die einzelnen Druckbilder der Aufdrucke als auch deren Anordnung stimmig.

Mi.Nr. 113, Doppelter Aufdruck, einer kopfstehend:



I u II u I u II u II o I o
I o I o kopfstehend I u I u

Stempel normal: 6. oder 10. Reihe von oben 2. Reihe von oben
Stempel kopfstehend: 6. oder 10. Reihe von oben 2. Reihe von oben

Damit sind auch bei diesen Marken sowohl die einzelnen Druckbilder der Aufdrucke als auch deren Anordnung stimmig.

Obwohl Fortune Wang seit Jahrzehnten diese Marken gesammelt hat, befinden sich nur ca. 6 dieser Marken in seinem Besitz. Dieses deutet daraufhin, dass diese Varianten extrem selten sind.
Verschiedene Ausgaben dieser Marken, die ich in der letzten Zeit zu Gesicht bekam, stellten sich alle als Fälschungen heraus. Exemplarisch dafür möchte ich folgendes Beispiel anführen:



a) Die Form der „2“ stimmt nicht mit den Originalen überein (es wird versucht, eine III vorzutäuschen, obwohl dort der Punkt hochsteht.
- Die Punkte sind gleichmäßig rund.
- Die Höhe des oberen Querstrichs des „t“ liegt zu tief.
- Die „1“ im rechten Aufdruck steht zu tief.

b) Normaler und kopfstehender Aufdruck auf einer Marke

Bei diesen Marken wird es wirklich mysteriös. Um diese Marken zu „produzieren“ bedarf es schon einer gewissen Kreativität:

- Ein Überdruck muß in der horizontalen um eine halbe Markenbreite verschoben sein.
- Damit würden Marken produziert, die entweder einen Aufdruck auf dem Randstreifen zeigen oder die in der einen Hälfte keinen Aufdruck haben.
- Für den zweiten Überdruck muß dann der Stempel um 180 Grad gedreht werden.
- Jetzt kommen die Punkte hinter „Ct“ ins Spiel: Im oberen Teil des Stempels sind die Punkte hochgestellt, im unteren Teil tiefgestellt. Drehe ich den Stempel um, sind die Punkte im oberen Teil des Stempels tiefgestellt, im unteren Teil hochgestellt. **D.h.: es entstehen Paare mit jeweils einem hoch- und einem tiefgestellten Punkt.**

Alle Marken mit einem normalen und einem kopfstehenden Aufdruck, die ich bislang als Original oder als Abbildung gesehen habe, haben die Punkte in gleicher Ausrichtung, also beide hochstehend oder beide tiefstehend.

Nachfolgend zwei Marken aus der Sammlung von Fortune Wang:



Beide Punkte tiefgestellt Beide Punkte hochgestellt

Auch wenn die Qualität der Abbildung nicht sehr gut ist, findet man bei genauerer Betrachtung auch hier bei den einzelnen Aufdrucken leichte Abweichungen, so dass der Verdacht naheliegt, dass es sich bei diesen Marken um Fälschungen handelt.
Leider gibt es zu diesen Ausgaben keine detaillierten Beschreibungen in der Literatur, insbesondere was die kopfstehenden Aufdrucke betrifft.

Vielleicht kann einer der Leser hier auch noch etwas zur Aufklärung beitragen.

Literatur:
Lyons F. Livingston, Catalog of the Shanghai Postal System, 1971
Fortune Wang, Shanghai Local Post, Vol. II, S. 430-433, 2015