

# »WERT«MARKENFORUM

---



**«Spritzen statt  
bürsten»**

*In der Selbstbedienungs-Waschanlage  
uniwash Schaen - Rietacker  
reinigen Sie Autos und vieles mehr -  
mit einer Lanze!*

**Schonend, gründlich und umweltfreundlich!**

## **Redaktion und Vertrieb**

Einzelpreis DM 4,80

Jahresabonnement (6 Ausgaben) DM 25,-- einschließlich Versandkosten

Werner Helmut Stahl ♦ Saalburgstraße 74 ♦ D-61381 Friedrichsdorf

Telefon: 06172/72993 ♦ Fax: 06172/72993

www.Wertmarkenforum.de ♦ [redaktion@wertmarkenforum.de](mailto:redaktion@wertmarkenforum.de) ♦ [Werner.Stahl@rhein-main.net](mailto:Werner.Stahl@rhein-main.net)

Bethmann-Bank ♦ Bad Homburg v.d.Höhe ♦ Konto-Nr.: 57214218 (Bankleitzahl: 501 301 00)

Postbank ♦ Frankfurt am Main ♦ Konto-Nr.: 194231-601 (Bankleitzahl: 500 100 60)

---

**JAHRGANG 6 – AUSGABE 3**  
**JUNI 2000**



# »WERT«MARKENFORUM

JAHRGANG 6 – AUSGABE 3

JUNI 2000

Aktuelle Meldungen  
Auflösungen, Berichtigungen und Ergänzungen  
zu: „UNEDIERTE MARKEN“

Seite  
1  
4

## BERICHTE

MARKEN – UND ZEICHENLEXIKON  
Landsknecht-Marken; Rüstgeld-Marken  
uniwash - self service international  
WIENER PRATER  
KITCHENER-WATERLOO  
TRINK *Coca-Cola*  
Freiwillige Feuerwehr Dönberg  
KATALOGERGÄNZUNGEN UND –  
BERICHTIGUNGEN (Müllmarken)

4  
5  
7  
11  
12  
13  
14

Unser Aufruf in der vorigen Ausgabe hat leider kaum noch Leser motiviert, uns den Fragebogen zurückzureichen. Insgesamt liegen uns damit lediglich 69 Stellungnahmen vor, was bei einer Abonnentenzahl von zur Zeit 173 einer Rücklaufquote von 39,88 % entspricht. Die Auswertung der Fragebogen zeigt folgendes Ergebnis:

**zu: 1. Bevorzugen Sie Berichte von bestimmten Bundesländern oder Staaten?**

26 Leser (37,68 %) haben hier mit nein geantwortet. Da Mehrfachnennungen möglich waren, kann die Zahl der Leser, die mit ja geantwortet haben, nicht vergleichend dargestellt werden.

**Bundesländer:** Als bevorzugte Bundesländer bzw. Staaten wurden genannt: Baden-Württemberg 2 (2,9 %); Bayern 14 (20,29 %); Berlin 5 (7,25 %); Bremen 2 (2,9 %); Hamburg 5 (7,25 %); Hessen 5 (7,25 %); Mecklenburg-Vorpommern 2 (2,9 %); Niedersachsen 2 (2,9 %); Nordrhein-Westfalen 5 (7,25 %); Rheinland-Pfalz 2 (2,9 %); Sachsen 5 (7,25 %); Sachsen-Anhalt 5 (7,25 %); Schleswig-Holstein 2 (2,9 %); Thüringen 2 (2,9 %). Nicht erwähnt wurden die Bundesländer Brandenburg und Saarland. **Staaten:** Bei den Staaten gab es folgende Nennungen: Belgien 5 (7,25 %); Deutschland 26 (37,68 %); Italien 5 (7,25 %); Österreich 12 (17,39 %); Rumänien 2 (2,9 %); Schweiz 5 (7,25 %); Ungarn 2 (2,9 %); USA 5 (7,25 %). Nicht belegt wurden Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Israel, Kanada, Lettland, Luxemburg, Niederlande, Spanien und die Ukraine. Ergänzend fanden die nicht vorgegebenen Staaten Sri Lanka (Ceylon), Costa Rica, Schweden, Slowakei und Tschechische Republik Aufnahme. Bei den nicht belegten Bundesländern und Staaten gibt es jeweils eine Anzahl Abonnenten, die Marken dieser Gebiete sammeln. Es ist daher unverständlich, daß es nicht zu Nennungen gekommen ist. Als Ursache dafür kann einerseits die relativ geringe Rücklaufquote angenommen werden und auch andererseits die recht hohe Zahl der Leser, die für **kein** bestimmtes Sammelgebiet votieren.

16  
17  
17  
17  
17  
17  
18  
18  
18  
18  
18

## UNEDIERTE MARKEN MIT ZUWEISUNG



BAD MERGENTHEIM  
ENTLA'S KELLER  
Erich Keller  
Kobolde  
RESTAURATION UNION  
BRAUEREI BAIERL  
Cirkus Krone  
JOSEF SCHNEIDER  
ERNST TONNDORF  
Milchgenossenschaft  
DREI ROSEN

## OHNE ZUWEISUNG

Milchverwertung  
GRÜNBERGER JUGENDHEIM  
HEERESDIENSTHUND  
Alt Insprugg  
Calwer-Eck  
V. Böhm  
Kössl  
Viktor Adametz  
Paul Liebel  
FESTWIRT Theresia Müller  
SONNEN - BLICK

19  
19  
19  
19  
19  
19  
19  
20  
20  
20  
20

## INSERATE

**zu: 2. Welche Themen sind für Sie von Interesse?, Teil 2A Wie beurteilen Sie die Brauchbarkeit bereits bekannter Themen zu A? (A =**

brauchbar; B = weniger brauchbar; C = nicht brauchbar).

#### Teil 2A Bekannte Themen.

Es ist hervorzuheben, daß höchstes Interesse an den „Älteren Markenausgaben“ (1900 bis 1925) (69 = 100 %) und (vor 1900) (69 = 100 %) besteht. Bei den „Älteren Markenausgaben“ (1925 – 1945) (57 = 82,61 %) und „Neueren Markenausgaben“ (ab ca. 1945) (50 = 72,46 %) sowie den „Aktuellen Markenausgaben“ (ab ca. 1995) (43 = 62,32 %) sinkt das Interesse deutlich, obwohl auch bei dieser Gruppe die Bewertungen „weniger brauchbar“ (B) und „nicht brauchbar“ (C) nur Größenordnungen bis zu 10 Stimmen (14,49 %) erreichen.

Bei den „Unedierten Marken“, ob „Mit Zuweisung“ oder „Ohne Zuweisung“ liegen die Ergebnisse bei 59 (85,51 %) bzw. 57 Stimmen (82,61 %). Die Berichte zu „Prägefirmen“ bzw. die „Aktuellen Meldungen“ erreichen 57 (82,61 %) bzw. 52 Zustimmungen (75,36 %). Geringere Einstimmungen lagen bei maximal 5 (7,25 %) Stimmen. Die Bereiche „Katalogergänzungen“ und „Buchbesprechungen“ erreichten 57 (82,61 %) bzw. 50 Nennungen (72,46 %). Auch die Themen „Umfassende Berichte“ (47 = 68,12 %), „Grundsatzthemen“ und „Automatenmarken“ gleichhoch mit 43 Zählern (62,32 %) sowie das „Marken- und Zeichenlexikon“ (40 = 57,97 %) erreichten mittlere Zustimmungsergebnisse. „Auktionsberichte“ (33 = 47,83 %), „Händlerangebote“ (36 = 52,17 %), „Regionalberichte“ (38 = 55,07 %) und „Berichtskurzfassungen“ (33 = 47,83 %) rangieren im unteren Bereich, wobei die zum Ausdruck gebrachten Minderbewertungen (B + C) Quoten im Einzelfall („Händlerangebote“) bis zu 26 (37,68 %) erreichten.

Priorität haben für die meisten Einsender die „Älteren Markenausgaben“. Dennoch sind die Abstände zu den geringer eingeschätzten Rubriken nicht so deutlich, daß man insgesamt zu der Auffassung kommen soll, daß bestimmte Themen („Auktionsberichte“) völlig entfallen könnten, da hier immer noch Zustimmungen von 33 Stimmen, entsprechend 47,83 % feststellbar sind.

#### Teil 2B Neue Themen.

Ein weitgehend einheitliches Bild vermittelt dieser Bereich, soweit man die reinen Zahlenergebnisse vergleicht. Bemerkenswert ist aber, daß man diese Themen sehr viel differenzierter beurteilt hat, da Zustimmung und Ablehnung deutlicher zum Ausdruck kommen. Favorisiert wird das Privatnotgeld (40 = 57,97 %), die Kriegsgefangenenlager (36 = 52,17 %) und die

Kapselmarken (33 = 47,83 %). Porzellanmünzen und Spielmarken (24 = 34,78 %) sowie Rechenpfennige (14 = 20,29 %) und Kasinojetons (26 = 37,68 %) finden weniger Interesse. Auch das Städtentgeld (28 = 40,58 %) bleibt im unteren Bereich der Wunschliste. Als „weniger brauchbar“ (B) wurden Rechenpfennige (26 = 37,68 %) und Spielmarken (19 = 27,54 %) eingestuft, für „nicht brauchbar“ (C) halten die Leser die Themen Porzellanmünzen (19 = 27,54 %) sowie Rechenpfennige und Städtentgeld (je 17 = 24,64 %). Als ergänzende Themen wurden Werkzeug- und Werbemarken, Biermarken (?), Hundemarken, Konsummarken (?), Marken der Deutschen Kolonien und Ausgaben mit Bezug auf die jüdische Bevölkerung genannt sowie „Alle Ausgaben mit Geldersatzfunktion“.

Eine prozentuale Auswertung ist bei den Fragen 3. bis 5. nicht möglich, da es sich um Einzelkommentare handelt und nicht alle Einsendungen Eintragungen enthielten.

#### zu: 3. Welche Themen vermissen Sie?

Neuere Forschungsergebnisse betreff z.B. offizielles und privates Notgeld, Private Kriegsgefangenenlager; Eine Adressenliste von Sammlern mit ihren Sammelgebieten; Bis jetzt nichts; Jahresinhaltsverzeichnis; Privatnotgeld; Auktionsberichte; Veröffentlichung bekannter Stückzahlen; Allmählich wird ein Register über alle bisherigen Hefte nötig; Eine Bibliographie der deutschen/europäischen Markenliteratur wäre langfristig nützlich, vielleicht im Internet?; Einführungsberichte über Kapselgeld, Kriegsgefangenenlager etc.; Keine, da die Themen doch vielschichtig sind; Judaica, Flottengeld; Deutsche Kolonien, Flottengeld, deutschsprachige Marken im Ausland (USA, Canada, Lateinamerika); Kasino-Jetons (ist jedoch zu speziell und wäre für den überwiegenden Leserkreis wohl kaum von Interesse); Berichte über alte Marken (Neumann). Z. B. Mainzer Brückenmarken, Braunschweiger Urzeichen (Zweck usw.); Gerne mehr zu Konsummarken.

#### zu: 4. Was gefällt Ihnen nicht?

DIN A4-Format war besser abzuheften (Nachschlagen); Marken- und Zeichenlexikon. Unsinig seitenweise Bücher abzudrucken. Das Buch kauft der Interessierte doch sowieso!; Formatänderung; Es müßten noch mehr unbekannte Marken zwecks Ermittlung des Ausgabeortes vorgestellt werden; Marken ab 1960; Nur deutsches Sprachgebiet!; Buchvorstellung ohne

Preisangabe; Das zu wenig Sammler sich aktiv beteiligen; Tendenzielle Artikel in herablassenden Ton (?); Fehlmeldung; Die Themen sind zu sehr (naturgemäß) auf die besonderen Interessengebiete des Herausgebers zugeschnitten (z. B. Automatenmarken); Gewisse Themen (z.B. Rechenpfennige, Spielmarken) können beim besten Willen nicht unter dem Begriff „Wertmarken“ subsumiert werden und gehören nicht ins Wertmarkenforum; The Journal is quite good, but you try to cover too many subjects.

#### zu: 5. Was gefällt Ihnen gut?

Ihre Zeitschrift ist bemerkenswert! Hervorragend!; Im neuen Heft gute Einteilung; Aufmachung, Format, kurze, knappe Berichte; Informationen von Herrn Hasselmann; Artikel mit historischen Bezügen, alle Zuweisungen, soziale, historische und politische Aspekte; Hervorragende Arbeit der Redaktion; Markenvorstellungen und Berichte mit Abbildungen; Die Existenz des Wertmarkenforums; Die ganze Aufmachung des Heftes; Fast alles; Neue Aufmachung ist Klasse. Weiter so; Die Tatsache, daß sehr viel Allgemeinwissen über das Wertmarkenforum vermittelt wird; Alles; Marken, die noch nicht zugeordnet werden konnten; Geklammerte Heftform; Das neue Heft finde ich besser, da es weißes Papier enthält, zwecks Kopieren; Regionale Vorstellung unedierter Marken; Beiträge Hasselmann; Das Kleinformat finde ich gut; Das neue Heft (Jahrgang 6/Nummer 1) ist PRIMA!; Well organized; Besonders der sehr wissenschaftlich-sachliche Stil aller Artikel; Der erkennbare Wille zu objektiver ehrlicher Berichterstattung; Das Streben nach Verbesserung; Inhalt sehr gut – Aufmachung adäquat; Die neue Aufmachung ist sehr gut gelungen.

#### zu: 6. Kommerzielle Anzeigen?

100prozentige Zustimmung.

#### zu: 7. Möchten Sie Änderungen an dem Inhalt, der Aufmachung, dem Druck oder dem Layout anregen?

Ja.: 4 (5,80 %). Grammatik des Papiers verringern auf 70g/m<sup>2</sup>; Mehr Marken vorstellen, die eine Chance haben, zugeordnet werden zu können; Beiträge zu unedierten Marken verstärken; Für größeren Umfang und/oder häufigeres Erscheinen wäre ich gerne bereit, den entsprechenden Aufpreis zu bezahlen.

Nein: 55 (79,71 %).

#### zu: 8. MailBid

Ja: 52 (75,36 %). Vorschläge zur Realisierung: Sammler sollen ihre Sammelgebiete melden, so daß man gezielt Stücke anbieten kann; Übliche

Auktionssteigerungen. Zuschlag 10% über dem zweithöchsten Gebot; Veröffentlichung einer Liste von Marken, die meistbietend oder zu festem Preis eingeliefert werden können. Sehr arbeitsaufwendig!; Email-Adressen im Wertmarkenforum angeben mit biete oder suche und dann bis zum Erscheinen des nächsten Heftes die Frist für die MailBid festsetzen; Aufruf zum Email-Adressentausch + veröffentlichen; Sammler mit Sammelgebiet hin und wieder veröffentlichen; In der Art von Kleinanzeigen; Themen vorgeben, zu denen Dubletten eingereicht werden können; Von Zeit zu Zeit Angebot als Email versenden oder über eigene Homepage im Internet; Kostenlose An- und Verkaufs- sowie Tauschangebote von Privatsammlern; Macht wohl immer Ihnen viel Arbeit, fürchte ich; Mit dem Verkäufer sich direkt in Verbindung setzen in Bezug zum Wertmarkenforum wegen der Preise; Je Anbieter nicht mehr als etwa 10 edierte Stücke aufnehmen; Pro Ausgabe ein Gebiet. Interessenten geben dies der Redaktion bekannt und erhalten dann gegen einen Kostenbeitrag (Briefmarken) die „Liste“. Nein: 12 (17,39 %).

#### zu: 9. Möchten Sie sich an der Redaktionsarbeit beteiligen?

Ja: 36 (52,17 %). An der unmittelbaren Redaktionsarbeit wollen sich nur drei Leser beteiligen, wovon eine Hilfe bereits wirksam geworden ist (Korrekturlesen). Ansonsten besteht die Bereitschaft, Hintergrundinformationen zu liefern und mit eigenen Artikeln zum Gelingen des Mitteilungsblattes beizutragen.

Nein: 25 (36,23 %).

Ein Resümee möchten wir zunächst hier nicht anschließen, da in den nächsten Ausgaben zu einzelnen Bereichen etwas umfassender zu sprechen sein wird.

Wie bereits in der Ausgabe 1-2000 erwähnt, ist die Rücklaufquote unter den Erwartungen geblieben. Eine repräsentative Aussage ist daher kaum möglich. Die Ergebnisse stellen lediglich einen Stimmungsbericht dar, der aber ausreicht, um für die weitere Gestaltung des Blattes Anregungen und Wünsche umsetzen zu können. Die Auswertung hat einige Überraschungen gebracht. So gab es für die Frage, ob professionelle Anzeigen erwünscht sind, eine Zustimmung von 100 %. Auch die von Vereinen und Händlern seit Jahren geäußerten Einschätzungen, daß nur noch regional gesammelt wird und darüber hinaus kein Interesse an Marken und Zeichen besteht, fand sich nicht bestätigt.



Leser, die eine detaillierte Auswertung interessiert, können diese auf Anforderung erhalten.

### Auflösungen, Berichtigungen und Ergänzungen zu: „UNEDIERTE MARKEN“

#### Nr. 0504 – 2/2000

Es handelt sich um eine Ausgabe der Fa. Deutsche Tafelglas, Fürth.  
Bernd Schreiber, Nürnberg

## BERICHTE

### MARKEN- UND ZEICHENLEXIKON

Auszüge aus dem in Arbeit befindlichen „Marken- und Zeichenlexikon“

#### Landsknecht-Marken; Rüstgeld-Marken von Wolfgang Hasselmann

**Landsknecht-Marken:** Marken, dem Landsknecht für seinen ihm zustehenden Sold vom vorgesetzten „Feldweibel“ verausgabt, die beim zuständigen Pfennigmeister  $\Rightarrow$  Pfennigmeister-Gefällemarken gegen Bargeld einzulösen waren. Allgemein stand dem einfachen Landsknecht, der keine besondere zusätzliche Funktion auszuführen hatte, 2 Gulden im Soldmonat (= 4 Wochen = 28 Tage) als Lohnung zu. Dieser Grundsold beinhaltete allgemein die Bezahlung der geforderten Routineverpflichtungen wie

1. Reise zum Bestimmungsort
  2. Wachdienst
  3. Besorgung von Proviant
- Als Zusatz zum Sold gehört weiter
1. das  $\Rightarrow$  Rüstgeld
  2. das  $\Rightarrow$  Rock- bzw. Kleidergeld

Als Extrabesoldung kommt zum Landsknechtlohn, wie beschrieben, im Kampfeinsatz das Schlacht- bzw. Sturmgeld ( $\Rightarrow$  Schlacht- bzw. Sturmgeld-Marken). Eine weitere zusätzliche Entlohnung bedeutet zudem das Wartegeld ( $\Rightarrow$  Wartegeld-Marken).

Nach der Anwerbung eines Landsknechtes durch den Feldhauptmann, bzw. durch seinen Beauftragten, wurde diesem das Laufgeld, auch Handgeld  $\Rightarrow$  Handgeldmarken teilweise in Bargeld bzw. in Marken ausbezahlt, um dem Neugewonnenen die Möglichkeit zu bieten, auf dem Marsch

zur Sammelstelle, die z.T. sehr entfernt (Kärnten, Niederlande oder Frankreich) liegen konnte, Unterkunft und Verpflegung zahlen zu können. Bei Bargeldmangel wurde

1. die sogenannte Tuch-, Rüstungs- bzw. Commiß-Besoldung eingeführt, d.h. statt Bargeld kamen Tuche, Rüstungsutensilien, Naturalien wie Getreide, Wein, Brot, usw. zur Ausgabe, statt Bargeld, die wiederum der Söldner zu verkaufen berechtigt war. Höhere Chargen bestanden, im Gegensatz zum Knecht (Landsknecht), auf Barzahlung.
2. die Prägung von Festungs- bzw.  $\Rightarrow$  Belagerungs-Notgeld ausgeführt.

Grundsätzlich gilt aber für 1 + 2, daß die für die Auszahlung benötigten Metallmarken in den Händen der Soldempfänger waren. Hatte der Krieg „ein Loch“, das ist der Zeitabschnitt zwischen zwei kriegerischen Ereignissen, wurde dem Söldner, zusätzlich zum normalen Sold (2 Gulden), das sogenannte Abzugsgeld (Abzugssold) in der Höhe von  $\frac{1}{2}$  Monatssold in Form von Metallmarken ausbezahlt, die wiederum nur beim zuständigen Regiments-Pfennigmeister gegen Bargeld einzulösen waren. Im eigentlichen Sinne entspricht das Abzugsgeld dem  $\Rightarrow$  Wartegeld.  $\Rightarrow$  Marktenderer-Marken; Soldmarken.

Verwendung: 15. – 1. Hälfte 17. Jahrhundert.



Typische Landsknecht-Gruppe mit Lanze, Sturmhaube, Hakenbüchse und Kleidung aus dem 16. Jahrhundert.

**Rüstgeld-Marken:**  $\Rightarrow$  Landsknecht-Marken. Landsknechte erhielten, je nach eigenen Gestaltung von Rüstungen, einen zusätzlichen Sold, der vorwiegend einmalig, in anderen Lands-

knechthaufen auch stets zu Quatember  $\Rightarrow$  Quatembergeld-Marken zur Auszahlung kam. Abhängig war diese Zahlungsweise von dem Vertrag zwischen Feldhauptmann und Landsknecht am Tage der Anwerbung. Zum üblichen Landsknechtsold von 2 Gulden kamen zusätzlich, bei der Mitbringung von

	Gulden
1. einen Langspieß	1
2. einer Sturmhaube	3
3. einer Hakenbüchse	3 $\frac{1}{2}$
4. einem Harnisch	12

Wie schon der Sold, wurden diese zusätzlichen Zahlungen durch den Feldhauptmann, bzw. seines Beauftragten, mit der sogenannten Rüstgeld-Marke bestätigt, die beim zuständigen  $\Rightarrow$  Pfennigmeister gegen Bargeld einzulösen war.  $\Rightarrow$  Geschirrgeld-Marken; Bürgersteuer-Marken; Rüstguld (Ausrüstungszuschuß zum Soldatensold). Bei den Landsknechten im 16. Jahrhundert auch als Rockgulden bzw. Kleidergulden bezeichnet. Verwendung 16. und 17. Jahrhundert.

### uniwash self-service international von Werner Helmut Stahl



Hersteller, die sich den Markt an Autopflegeeinrichtungen teilen, gibt es unzählige. Nur wenige davon haben ein Konzept, das sie von ihren Mitbewerbern unterscheidet.

Eines dieser Unternehmen hat seinen Sitz in Balzers, im Fürstentum Liechtenstein. Weit ab von der industriellen Welt und ihren technischen Errungenschaften, wie man meinen könnte, wenn man sich die geographische Lage des kleinen europäischen Staates vergegenwärtigt. Obwohl kein Industrieland, beherbergt das Land dennoch Firmen mit internationalem Rang und modernster Technik. Wir reden von der ETA Technik AG, die unter dem Markennamen uniwash® self service, modernste Autopflegeeinrichtungen herstellt und über ein eigenes Vertriebsnetz betreut.

Die modernen Steuerboxen sind mit Programmleuchten und einfacher Tastentechnik ausgerüstet, welche eine maximale Übersicht über den Waschvorgang gewährleisten. Jeder Waschplatz ist mit einem Münzautomat für ein, zwei oder fünf Schweizer Franken (ein, zwei

oder fünf DM bzw. 10 oder 50 Österreichische Schillinge) ausgestattet. Zusätzlich steht ein Geldwechsler zur Verfügung.

Die Waschkunden können außerdem mit „Unichips“ waschen. Es handelt sich dabei um Wertmarken, die im gesamten uniwash – Netz in Liechtenstein, der Schweiz und in Österreich verwendet werden können.

„Die Waschanlage schaltet während frequenzschwacher Zeiten, ähnlich den Telefongebühren, vollautomatisch auf Spartarif um. Der Kunde erhält dann 20% Rabatt – ein Fünftel mehr Zeit für den gleichen Betrag.“

Kundenfreundliches Zubehör, wie Staubsauger, Händewaschautomat mit Händetrockner gehören ebenfalls zur Ausstattung. Auch sind alle Waschplätze mit einer Bodenheizung ausgestattet, die mit einer exakt arbeitenden Steuerung die Temperatur der Bodenplatten knapp über dem Gefrierpunkt hält. Beim Spülvorgang kommt anschließend Osmose-Wasser zum Einsatz. Zunächst wird das kalte Wasser komplett entkalkt und in einer „Umkehr-Osmose-Anlage“ weiter filtriert, so daß sich keine Flecken auf der Lackfläche bilden können.

Inwieweit die Ausstattungstechnik und der Umfang an Automation hier der Konkurrenz überlegen ist, kann nicht Gegenstand unserer Betrachtungen sein. Wenden wir uns daher den Bedienungsmechanismen mit Einsatz von Wertmarken zu.

Wie bereits eingangs erwähnt, erhält der Waschkunde in Zeiten geringer Inanspruchnahme der Anlagen 20% Rabatt, entsprechend ein Fünftel mehr an Zeit für eine noch gründlichere Autowäsche. Dies trifft natürlich auch dann zu, wenn das Entgelt für die Dienstleistung mittels Kurantgeld entrichtet wurde. Nicht aber, wenn der Geld (Banknoten)-wechsler nur für den allgemeinen Geldwechsel in Anspruch genommen wird. Hier erhält der Kunde lediglich nur noch 10% Mengenrabatt. Es können in der Schweiz und in Liechtenstein Banknoten von 10, 20, 50 und 100 Schweizer Franken gewechselt werden; ebenfalls Österreichische Schillinge ab einem Nominal von 100 ATS. Ein „unichip“ entspricht 1 Franken, so daß Kunden entsprechend 1, 2, 5 oder 10 unichips zusätzlich erhalten. Diese unichips können an allen uniwash-Standorten in Liechtenstein verwendet werden. Selbstverständlich ist das nur möglich und sinnvoll, wenn anstatt Münzen Wertmarken eingesetzt werden. Ein weiteres Marketinginstrument hat sich der Vertrieb einfällen lassen. Es wird permanent ein Lotto gespielt.

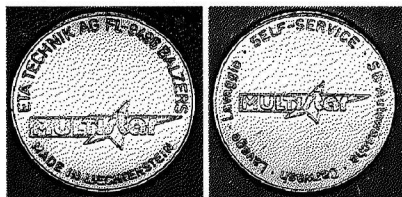


Bei dem sogenannten Goldchips-Lotto werden dem Münzmagazin im Geldwechsler „Goldchips“ goldfarbene (Messing) unichips zugemischt. Befindet sich unter den eingewechselten unichips ein „Goldchip“ kann dieser gegen 10 normale chips eingetauscht werden.

Den internationalen Anspruch, den die Firma erheben kann, demonstriert sie auch auf den Wertmarken direkt. Eine Seite der Wertmarke ist grundsätzlich immer gleich. Sie zeigt das Firmenemblem. Die textlich individuell gestaltete Kehrseite zeigt in einem Oval immer das jeweilige Länderkennzeichen des Anlagenbetreibers.

Hierzu einige Beispiele:

**Balzers ♦ Fürstentum Liechtenstein**  
ETA TECHNIK AG



Vs.: **ETA TECHNIK AG FL - 9496 BALZERS** | Firmenemblem (MULTIstar auf einem Stern) (↷) | MADE IN LIECHTENSTEIN (↷)

Rs.: **Carwash • Lavage • Lavaggio • SELF-SERVICE • SB-Autowäsche** (↷) | Firmenemblem (MULTIstar auf einem Stern)

0505 ● 24,0 mm ø; Kupfernickel



Vs.: **SB - Waschanlage für alle Fahrzeuge** (↷) | 1 | **unichip** | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld) | **Balzers** | **ETA TECHNIK AG** | **075/3841060** | **Die Auto - Wasch - Idee** (↷)

Rs.: **SB - Autowäsche • Auto-Lavage • Auto-Lavaggio • Carwash** (↷) | ein PKW-waschender Elefant | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld) | **self service** | Länderkennzeichen in einem Oval: **FL**

0506 ● 24,8 mm ø; Kupfernickel

**Enns ♦ Österreich**  
KGM

Vs.: **SB - Waschanlage für alle Fahrzeuge** (↷) |



1 | **unichip** | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld) | **Enns** | **KGM** | **Die Auto - Wasch - Idee** (↷)

Rs.: **SB - Autowäsche • Auto-Lavage • Auto-Lavaggio • Carwash** (↷) | ein PKW-waschender Elefant | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld) | **self service** | Länderkennzeichen in einem Oval: **A**

0507 ● 24,8 mm ø; Kupfernickel

**Feldkirchen ♦ Österreich**  
Triesterstraße



Vs.: **SB - Waschanlage für alle Fahrzeuge** (↷) | 1 | **unichip** | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld) | **Feldkirchen** | **bei Graz** | **Triesterstr.** | **Die Auto - Wasch - Idee** (↷)

Rs.: **SB - Autowäsche • Auto-Lavage • Auto-Lavaggio • Carwash** (↷) | ein PKW-waschender Elefant | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld) | **self service** | Länderkennzeichen in einem Oval: **A**

0508 ● 24,8 mm ø; Kupfernickel

**Goldach ♦ Schweiz**  
Uniwago AG, Kronbühl



Vs.: **SB - Waschanlage für alle Fahrzeuge** (↷) | 1 | **unichip** | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld) | **Goldach** | **Uniwago AG** | **Kronbühl** | **Die Auto - Wasch - Idee** (↷)

Rs.: **SB - Autowäsche • Auto-Lavage • Auto-Lavaggio • Carwash** (↷) | ein PKW-waschender Elefant | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld)

| **self service** | Länderkennzeichen in einem Oval: **CH**

0509 ● 24,8 mm ø; Kupfernickel

**Villach ♦ Österreich**  
Italienerstraße



Vs.: **SB - Waschanlage für alle Fahrzeuge** (↷) | 1 | **unichip** | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld) | **Villach - West** | **Italienerstr.** | **Die Auto - Wasch - Idee** (↷)

Rs.: **SB - Autowäsche • Auto-Lavage • Auto-Lavaggio • Carwash** (↷) | ein PKW-waschender Elefant | **uniwash**® (vertieft auf einem Schriftfeld) | **self service** | Länderkennzeichen in einem Oval: **CH**

0510 ● 24,8 mm ø; Kupfernickel

**WIENER PRATER**  
von Werner Helmut Stahl

### Zur Geschichte

„Der historisch gewachsene Vergnügungspark blickt auf eine reichhaltige Geschichte zurück. Erste urkundliche Erwähnungen jenes Gebietes, welches ursprünglich urwaldähnlichen Charakter hatte, gehen auf das 12. Jahrhundert zurück. Das einst kaiserliche Jagdgebiet wurde 1766 unter dem „volksnahen“ österreichischen Kaiser Josef II. der Allgemeinheit zugänglich gemacht. Bald darauf fanden sich eine Reihe von kleinen Vergnügungsbetrieben (Karusselle, Schießbuden, Imbiß-Stände, ...) ein, die das Volk unterhielten und auch für das leibliche Wohl sorgten. Den Einwohnern Wiens gefiel es, auf kunstvoll gestalteten Hutschpferden zu reiten und in luftigen Höhen zu schwingen. Man konnte dabei mit langen Stangen in Ringe stechen. Daher der Name Ringelspiel. Es waren Freizeitvorrichtungen für die breite Masse geschaffen worden. Die Feuerwerke von Stuwur und auch die Ballonaufstiege Ende des 18. Jahrhunderts zogen die Wiener aus der Stadt zu den Festplätzen in den Prater.

Dem Trend der Zeit folgend wurden volksbildnerische Einrichtungen (Theater, Wachsfigurenkabinett und Menschenmuseum – „Präuscher's Panoptikum“ mit 2000 Objekten, Vivarium, Pla-

netarium, ...) gebaut und dem bunten Treiben angeschlossen. Sensationen im alten Prater waren die Abnormitätenshows, bei denen Liliputaner, Haarmenschen, siamesische Zwillinge u. a. „Freaks“ (Monstrum, abnorme Gestalt) zu sehen waren. Die dicke Prater-Mitzi oder der aus Russland stammende Rumpfmensch Kobelkoff, sowie auch das gespenstische Zauberschauspiel von Kratky Baschik bereicherten die Morphologie der bizarren Praterlandschaft.

Mit der Entwicklung der Technik und der Elektrizität wurde das Unterhaltungsangebot im Prater immer mannigfaltiger. Im aufkommenden Eisenbahnzeitalter gründete der in Triest geborene Basilio Calafati im Jahre 1844 das erste Eisenbahnkarussell. In dieser Hütte wurde 1854 die Figur des „großen Chinesers“ als Mast aufgestellt. Viele Schausteller und Techniker aus allen Teilen der österr.-ungar. Monarchie, aber auch aus dem übrigen Europa verwirklichten im illustren Wiener Vergnügungspark ihre Ideen. Dem Engländer Basset gelang es im Jahre 1897 das heute noch bestehende Riesenrad im Wiener Prater aufzustellen. Dieses Gefährt mit einem Durchmesser von 61 Metern hatte ursprünglich 30 Waggons. Als die ersten „lebenden Bilder“, die Kinematographie entstand, wurde 1896 das erste Kino im Prater eröffnet. Die Elektrizität brachte 1898 die erste elektrisch betriebene Grottenbahn in den Prater. Diese Märchenbahn war auch die erste in Europa. Anlässlich der Popularität des Flugzuges wurde 1911 das erste „Aeroplankarussell“ aufgebaut. 1926 folgte das erste „Autodrom“ und 1933 die erste „Geisterbahn“. 1928 wurde die heute noch fahrende „Lilliputbahn“, eine verkleinerte Form der großen Dampflokotativen, in den Prater gebracht. 1935 brachte ein Praterunternehmer aus Chicago die rasante „Flugbahn“, eine nicht auf Schienen gebundene Anlage in den Prater.

Der Prater änderte stets sein Gesicht, modernisierte sich und paßte sich dem Trend der Zeit an. Eine Attraktion löste stets die andere ab. Nur wenige historische Betriebe haben sich in die Gegenwart herüber retten können. Traditionsbewußte Unternehmen, wie z.B. das „Ponykarussell“ aus dem Jahre 1887 oder der nostalgische Rutschturn „Toboggan“ aus den 50er Jahren kämpfen gegen den Geschmack der Zeit und den Bedürfnissen der Besucher an. An Popularität wird aber das historische Riesenrad, die „Lilliputbahn“ und freilich auch die Gastwirtschaft „Schweizerhaus“ (Spezialität: Stelze und Bier) niemals verlieren. Klapprige Geisterbahnen und

funkelnde Grottenbahnen, obwohl verstaubt, werden sich auch nicht aus dem Prater drängen lassen. Zwischen den historischen Betrieben blitzen die neuen, modernen, hydraulisch betriebenen High-Tech-Fahrgeschäfte. 1909 - 1944 war die gewaltig dimensionierte „Hochschaubahn“ stets ein Magnet für die Praterausflügler. Eine verkleinerte Form ist die nach dem Krieg errichtete „Neue Wiener Hochschaubahn“.

Von der Geschichte gänzlich verschluckt wurde das prachtvolle „Venedig in Wien“. Auf dem Gelände der heutigen Kaiserswiese befand sich um die Jahrhundertwende die Illusionswelt der künstlich nachgebauten Lagunenstadt. Der Initiator Gabor Steiner schuf 1895 eine Welt im Prater in der sich nicht nur die High-Society sondern auch die böhmischen Dienstmägde und die Soldaten des österreichisch ungarischen Vielvölkerstaates amüsierten. In der Epoche des Fin de Siecle, (Die dekadente Überfeinerung von Gefühl u. Geschmack am Ende des 19. Jh.) in der der Prater blühte, traten die bekanntesten Dirigenten jener Zeit (Strauß, Lanner, Zierer) auf.

Charakteristisch für den Wiener Prater ist heute auch die anschließende grüne, naturbelassene Praterau. Eine gewinnende Erholungslandschaft mit Bäumen, Wiesen und Teichen. Durch diesen willkommenen und stillen Teil des Praters führt die 4,5 km lange Hauptallee, die mit alten Kastanienbäumen gesäumt ist. Seinerzeit wurden dort die farbenfrohen Blumenkorsen abgehalten, wo sich u.a. auch das Kaiserpaar und Bürgermeister Lueger zeigten. Entlang der Hauptallee lagen die heute nicht mehr bestehenden, berühmten drei Kaffehäuser. Das von Canevale 1783 errichtete „Lusthaus“ am Ende der Hauptallee ist hingegen noch zu finden. Vergangenheit ist das „Variete Leicht“, wo lange Zeit beliebte Filmstars und Künstler von anno dazumal (Aslan, Jeritza, Moser, ...) das Praterpublikum unterhielten.

Zum Prater zählt auch das Messegelände. Dort fand 1873 die Weltausstellung statt. Die Rotunde, jener stolze kuppelbekrönte Zentralbau, wurde 1937 ein Raub der Flammen. Was sich an historischer Bausubstanz oder Einrichtungen im Prater im Laufe der Zeit nicht selbst überlebt hatte, wurde im Zweiten Weltkrieg zerstört.

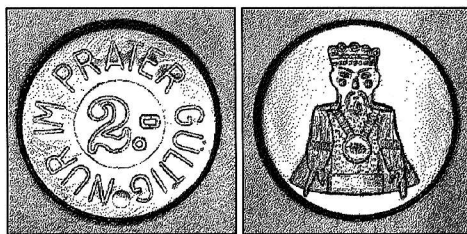
Der schwerst lädierte Vergnügungspark wurde aber wieder aufgebaut. Er etablierte sich wieder zum festen Bestandteil im kulturellen Unterhaltungsangebot der Großstadt Wien. Die Kraftmeßmaschine „Watschenmann“ gehört zum lokalgeschichtlichen Unikat dieser Institution, das auch der frechtrotzige „Praterkasperi“ prägt das Kolorit

des Wiener Praters.“

## Funny Money

### – Die Wiener Prater Card

Auch im Wiener Prater geht man mit der Zeit. Die vorgestellten Kunststoffmarken haben lange Jahre die Funktion von Rabattmarken innegehabt. Bei im Voraus an der Praterkasse gelöste Eintritts- und Benutzerleistungen, erhielt man diese Wertmarken mit einem Bonus von 20%. Nunmehr sind sie durch eine moderne Chipkarte abgelöst. An zwei Verkaufsstellen - am Schweizerhaus und in der Nähe des Riesenrades erhält man die wiederaufladbaren Karten und gewinnt dadurch einen Rabatt von 20% bei den beteiligten Unternehmen. 50 Betriebe von insgesamt über 170 akzeptieren das „Funny Money“, darunter so bekannte Einrichtungen wie die Kny Praterbetriebe, Popp & Reinprecht, Jenko Löbel und die Calafati Freizeitanlagen Gesmbh, um nur auf einige hinzuweisen.



Vs.: **NUR IM PRATER GÜLTIG** (↺), auf einer vertieften Kreisfläche: Wertzahl

Rs.: Calafatis Figur des „großen Chinesers“

● 34,0 mm ø; Abbildungen verkleinert

0511 Kunststoff (rot); Wertzahl: 1.-

0512 Kunststoff (grün); Wertzahl: 2.-

0513 Kunststoff (gelb); Wertzahl: 5.-

0514 Kunststoff (blau); Wertzahl: 10.-

0515 Kunststoff (violett); Wertzahl: 20.-

Wenn das Kartenguthaben verbraucht ist, kann sie wieder aufgeladen werden. Bei Rückgabe der Karte erhält man einen Betrag von ÖS 20 als Pfandeinsatz zurück. Auch in der Ausgestaltung hat man die Tradition hintangestellt. Eine bunte Mischung von Praterattraktionen in Verbindung mit simplen Symbolen, der Computerlandschaft entlehnt, und der „deutsche Begriff“ funny money schmücken die Karte. Calafatis „großen Chineser“ als Zierat hat man wohl nicht mehr als zeitgemäß betrachtet.

Gut erhaltene Wertmarken in einem kompletten Satz wird man heute nicht mehr so schnell beschaffen können.

## Basilio Calafati

### – ein Chineser aus Triest

„Im „Großem Buch der Österreicher“ steht er mit Canaletto und Canetti auf einer und derselben Seite, und daran kann sich wohl nur stoßen, wer noch immer nicht begriffen hat, daß die Wiener Kulturgeschichte zu allen Zeiten auch eine Geschichte der großen Vergnügungskünstler gewesen ist, Abraham a Santa Clara und der liebe Augustin agieren einträchtig nebeneinander, Burgtheaterabonnenten dürfen sich auch im Prater blicken lassen. Und gar im Prater jener Tage, da er, Basilio Calafati, dessen ungekrönter König war!

Ja, ist nicht sein klangvoller Name geradezu zum Synonym für Freizeitspaß und Kinderseligkeit geworden ?? „Gehen wir zum Calafati!“ - das heißt noch lange über dessen Tod hinaus: Machen wir uns einen lustigen Nachmittag im Prater, halten wir Nachschau, welch neue Wunder zwischen Venedigerau und Hauptallee auf uns warten, geben wir uns den Freuden des Ringelspiels und der Schießbude, der Grottenbahn und des Watschenmanns, des Kosmorama und der Laterna magica hin! Selbst heute, wo man schon lange nicht mehr „zum Calafati“ geht, geht man nach wie vor zum Calafati: Einer der Plätze im Herzen des Wurstelpraters trägt seinen Namen - und nicht nur das: Auch die Riesenfigur des „Chinesers“, die Basilio Calafatis Erfindung und Markenzeichen ist, hat die Zeiten überdauert.



Wahrzeichen des alten Praters  
Basilio Calafati

Von der Behörde unter Denkmalschutz gestellt, muss der Zehn-Meter-Mann anno 1932 authentisch restauriert werden - es kostete die neuen Besitzer 80 Meter Brokatstoff, und der elf Meter

lange Zopf verschlingt nicht weniger als 17 Kilo Roßhaar. Auf einem eigens errichteten Gerüst sind monatlang die Spezialisten am Werk, um - unter den strengen Augen der Denkmalschutzbeamten - ihr Werk zu vollenden. 1967, als man darangeht, dem während des zweiten Weltkrieges devastierten Prater - neben dem berühmten Varieté Leicht, dem Lustspieltheater und dem Restaurant Eisvogel ist auch der Nachfolgebetrieb des Calafatis ein Raub der Flammen geworden - einige der alten Glanzlichter aufzusetzen, wiederholte sich das Spiel, und die Bildhauerin Ilse Pompe-Niederführ erhält den Auftrag eine historisch getreue Nachbildung des „großen Chinesers“ zu schaffen. Unermüdlich drehte er sich also nach wie vor um die eigene Achse. Nur bei der Wahl des Materials geht man mit der Zeit: jetzt ist er aus Kunststein. Und er krönt keine der gängigen Attraktion mehr, sondern ist selber die Attraktion, steht ganz für sich allein. Der heutige Praterbesucher, der mit dem monströsen Fremdling nichts anzufangen weiß, halte sich an die auf dessen Sockel angebrachte Gedenktafel. Ein Sonntagskind ist nichts dagegen: Basilio Calafati kommt am ersten Tag des neuen Jahrhunderts zur Welt! Am 1.1.1800. In Triest. Sein Vater, Teppichhändler aus Smyrna, geht seit kurzem in der Hafenstadt an der Adria seinen Geschäften nach. In der Kirche zum heiligen Nikolaus wird Basilio vom Archimandriten nach „griechisch - orientalischem“ Ritus getauft. Als der hoffnungsvolle Sprössling, dem vor allem Phantasie und Geschäftssinn nachgesagt werden, Anfang zwanzig ist, übersiedelte die Familie nach Wien. Mutter Calafati wird auch hier an den Gebräuchen ihrer levantinischen Heimat festhalten: mit ihren weiten Pluderhosen und ihrer langstieligen Tabakpfeife, die ihr zugleich, wenn die ersten Enkel auf der Welt sind und über die Stränge schlagen, als Züchtigungsinstrument dient, bleibt sie bis ans Ende ihrer Tage eine stadtbekannte Erscheinung von unüberbietbarer Exotik. Als Basilio Calafati nach Wien kommt, wird gerade Metternich zum Staatskanzler ernannt, Hofbankier Salomon Rothschild eröffnet seine österreichische Niederlassung, Stadtpatron Clemens Maria Hofbauer wird zu Grabe getragen. Am Donaukanal wird der Grundstein für die Ferdinandsbrücke gelegt, Beethoven dirigiert die zur Einweihung des umgebauten Theaters in der Josefstadt komponierte Festmusik. Die Praterwirthshäuser, die zu dieser Zeit in Blüte stehen, sind das Revier, in dem sich der junge Basilio seine ersten Kreuzer verdient: Als „Salamucci“ zieht er mit Sa-



lamiwurst und Emmentaler von Tisch zu Tisch. Mit dreißig stellt ihn der aus Bayern stammende Zauberkünstler Sebastian von Schwanenfeld (den der Herausgeber der „Wiener Allgemeinen Theaterzeitung“, Adolf Bäuerle, unter die großen Praterfiguren des Vormärz reiht) als „Assistenten“ ein. Während der „Chef“ seine abgerichteten Kanarienvögel und dessen aus Frankreich stammende Frau ihre von dort mitgebrachten Wachfiguren präsentiert, darf Schwanenfelds Adlatus mit Taschenspielertricks brillieren. Doch schon 1834 tritt er die Nachfolge an, kauft Schwanenfelds Hütte und stellte die Darbietung seines „Kunstkabinetts“ auf Geistererscheinungen um. Und damit das Publikum reichlich herbeiströmt, agiert der Witzsprühende Bajazzo Hans Ringelmann, von Haus aus Schneidergesell, von einer vor der Hütte aufgestellten Leiter aus als Lockvogel. Calafatis eigentliches Schicksalsdatum ist der 3. April 1840: Die Polizei-Oberdirektion erteilt dem Vierzigjährigen die Konzession zum Betrieb eines Ringelspiels. Karussells haben in Wien schon zu jener Zeit eine lange Tradition. Einst waren es die Kavaliers, die bei ihren Turnieren hoch zu Roß an Säulen aufgesteckte Ringe (und noch früher sogenannte „Türkenköpfe“) im Vorbeireiten mit Lanze und Degen „herunterstechen“ mußten; jetzt sind es harmlose Drehscheiben mit Holzpferden, an denen die Kleinsten der Kleinen ihr Plaisier haben. Calafati ist seiner Konkurrenz immer um die berühmte Nasenlänge voraus, ist unter den Ringelspielbesitzern des Wurstelpraters eindeutig die Nr.1. Seit 1838 verkehrte auf der Strecke Wien-Wagram der erste dampfbetriebene Zug der Nordbahn - was liegt näher, als die hölzernen Pferde des Ringelspiels Miniaturimitationen von Lokomotiven und Bahnwaggons zu ersetzen? 1844 geht Basilio Calafatis „Eisenbahncarroussel“ in Betrieb. Es ist DIE Attraktion! Wer mag da noch in die zweite Etage hinaufklettern, in der sich nach wie vor das alte Pferderingelspiel dreht? Calafati läßt also das unrentabel gewordene Obergeschoß abtragen und den nunmehr freistehenden Mast, der die beiden Etagen miteinander verbunden hat, mit einer Riesenfigur verkleiden, der er die exotischen Züge eines Chinesen gibt: Der „große Chineser“ ist geboren! Und da die Wiener für den fernöstlichen Fremdling keinen besseren Namen wissen, nennen Sie ihn einfach nach dem Besitzer des Etablissements Calafati. Der Hüne aus dem Reich der Mitte, von einem orientalischen Neubürger mit italienischen Namen in Wien kriert, wird zum Wahrzeichen des Prater, und er bleibt dies bis

zum heutigen Tag. Unterdessen ist Basilio Calafati nicht müßig: Dicht neben seinem Karussell eröffnete er das Restaurant „Zum schwarzen Rössel“, dessen Veranda und Billardsalon weitere Klientel anlocken. Hier läßt er auch andere Praterkünstler zum Zug kommen: Josepha Endres führt im „Schwarzen Rössel“ ihre physikalischen Instrumente vor, der blinde Knappe Josef Hammerer verwandelte die Bühne in ein Bergwerk, und der „Escamoteur“ Ferdinand Zeynard verblüffte das p.t. Publikum mit atemberaubenden Taschenspielertricks. Auch um das leibliche Wohl seiner Gäste ist Basilio Calafati besorgt, die schattenspendenden Kastanien im Wirtshausgarten pflanzte er mit eigener Hand, Und da ihm seine Frau - Calafati hat in Wien die um ein Jahr jüngere Erdberger Gärtnerstochter Josefa Berndl geheiratet - nicht weniger als neun Kinder schenkt (fünf Söhne und vier Töchter), wird das Unternehmen mit den Jahren zu einem wohlhabenden Familienbetrieb, über den der Herr Prinzipal gegen Ende seines Lebens nur noch eine Art Oberaufsicht führen braucht. Jetzt kann er endlich auch daran denken, sich selber das eine und andere Vergnügen zu gönnen: Im Fürsttheater, dessen Singspielbühne zu den großen Praterattraktionen der Zeit zählt, ist Calafati einer der treuesten Abonnenten: Jedes Jahr am Ostersonntag wenn die neue Spielzeit eröffnet wird, bezahlt er seinen Sperrsitz für die gesamte Saison. An jenen Tag schreiben Leute seines Schlages noch nicht ihre Memoiren, Täte Basilio es, wieviel hätte er zu erzählen! Generationen von Firmlingen sind an der Seite ihres „Göds“ bei ihm eingekehrt, die kleinen Erzherzöge und Erzherzoginnen werden beim „großen Chineser“ in die Wunder der Praterwelt eingeführt. Kronprinz Rudolf fährt mit dem „Eisenbahncarroussel“, und auch nach Calafatis Tod reißt die Reihe hoher und höchster Besuche nicht ab: Als im Frühjahr 1886 auf Initiative Pauline von Metternichs der erste Prater-Blumenkorso in Szene geht, sind es die Fürstin und ihr Gefolge, die auf dem Höhepunkt des Spektakels von den Dampfwagen des Calafati-Ringelspiels aus ihre Buketts in die jubelnde Menge werfen. Die schönste Geschichte aber, die Calafati wieder und wieder erzählte, ist die vom gütigen Kaiser Ferdinand, der ihn in jungen Jahren an den Hof zitiert, damit er ihm eines seiner berühmten Zauberkunststücke vorführe. Er bittet sich von der Majestät deren goldene Taschenuhr aus, läßt das Ding in einem Messingmörser verschwinden und bearbeitet es gründlich mit dem

Stößel, bis es demoliert ist. Unter tausenden Entschuldigungen spielt er dem Kaiser die Komödie vor, zu seinem größten Leidwesen sei ihm diesmal das Kunststück mißlungen. Kaiser Ferdinand übt Nachsicht und überläßt dem Verzweifelten das vermeintliche Wrack. Da zieht Calafati mit strahlendem Lächeln die unversehrte Uhr aus dem Mörser! Doch geschenkt ist geschenkt, und das wertvolle Stück bleibt in seinem Besitz. Als Basilio Calafati am 27. Mai 1878 stirbt, gibt ihm ein vielköpfiger Familienclan das Geleit vom Trauerhaus, „k.k. Prater Nr.64“ zur griechischen Pfarrkirche auf dem Fleischmarkt und zum Friedhof von St. Marx. In späterer Zeit exhumiert und auf den Zentralfriedhof umgebettet, hat Calafati heute noch, weit über hundert Jahre nach seinem Tod, eine würdige Grabstätte, die er mit seiner jüngsten Tochter Maria, seiner Enkelin Gisela und deren Ehemann teilt. Auch andere seines Namens bringen es zu Ruhm und Ansehen: Bruder Wilhelm nimmt als österreichischer Freigattenskapitän und Kommandant des Kanonenbootes „Seehund“ an der Schlacht bei Lissa teil; Admiral Tegetthoff, als Sproß eines alten westfälischen Offiziersgeschlechts ebenfalls einer Familie von Neubürgern entstammend, zählt zu seinen engsten Freunden.“

Quelle: <http://www.wiener-prater.at> (Wien, Wahlheimat der Genies (Dietmar Grieser)).

#### KITCHENER-WATERLOO von Werner Helmut Stahl

Es ist von einer Marke zu berichten, die zweifelsohne in Deutschland eingesetzt wurde, möchte man meinen, da sie den Hinweis auf Berlin trägt. Auch der vermerkte Anlaß ist deutschen Ursprungs, obwohl nicht typisch für Berlin. Wer oder was ist aber Kitchener-Waterloo? Die restlichen Daten entsprechen nämlich keinesfalls deutschen Standards. Handelt es sich bei Kitchener-Waterloo um eine Gesellschaft, ein Unternehmen, eine Stadt oder nur um einen unbekannten Anlaß? Hier kam uns ein vermeintlicher Zufall zu Hilfe. Gelöst wurden die Fragen dadurch allerdings noch nicht.

Die Lösung erhofften wir uns bei J. P. (Jack) Sauchenko „Canada Municipal Trade Tokens and Related Issues Handbook 2000“ zu finden, denn es werden dort auf den Seiten 10 – 12 unter Ontario, Kitchener-Waterloo, insgesamt 31 Grundtypen und nicht weniger als 85 Einzel-exemplare aus dem Zeitraum 1973 bis 1999 vergleichbarer Objekte aufgeführt. Die hier vorgestellte Ausgabe findet sich dort allerdings nicht.



- Vs.: Perlkreis, KITCHENER – WATERLOO (↺) | OCT. 5 – 13. 1878 (↺) | zwei maskierte Kinder mit Blasinstrument | VALUE \$ 1.00 IN KITCHENER WATERLOO EXPIRES OCT. 31. 1978 (↺) | OKTOBERFEST DOLLAR (↺)
- Rs.: Perlkreis, Eichenlaub mit Bandschleife, darauf: 125 | einfach besetzte einspännige Kutsche nach links vor Hochhauskulisse | 1854 – 1879 | Zeichen | BERLIN – KITCHENER (↺)

0516 ● 33,0 mm ø; Eisen vernickelt; Riffelrand; Abbildungen verkleinert

Die Stadt der Ausgaben war gefunden. Kitchener-Waterloo, Provinz Ontario in Kanada. Was den Anlaß anbelangte waren wir weiterhin auf Vermutungen angewiesen. Hilfreich konnte für eine Identifizierung auch sein, daß einige der kanadischen Objekte Hinweise auf Vereine, wohl deutschen Ursprungs, tragen. „Schwaben Klub“, „Alpine Klub“, „Concordia Klub“. Auch deutsche Namen kommen vor: „Julius Rauchfuß“, „John Metz Schneider“ und „Martin Grebenstein“. Interessant ist auch, daß der Autor die dargestellten Figuren mit Namen belegt. So kommen folgende Bezeichnungen vor: „Hans with mug Festival symbol“, Freida symbol of the Festival“, Hans and Freida seated“, „Hans and Freida with a cake“, „Hans and Freida dancing“ usw.

Die eingangs geäußerte Vermutung, das vorgestellte Objekt könnte Berlin in Deutschland zugeordnet werden, trifft also nicht zu. Die Stadt Kitchener erhielt ihren Namen erst während des 1. Weltkrieges. Bis dahin trug sie den Namen Berlin. In „Ritters Geographisch-statistisches Lexikon von 1874“ noch als Kolonie Berlin vermerkt. Ein weiterer Zufall sollte uns auch noch den Anlaß erklären helfen. Unter <http://www.oktoberfest.ca> fanden wir u.a. auch Hinweise der Kitchener-Waterloo Oktoberfest Inc.

Eine Geschichte der Entstehung des Oktoberfestes mit dem Titel „Origin and Legacy (Ursprung und Erbe)“. Die Ausführungen zum Ursprung des Oktoberfestes beziehen sich auf die Entstehung dieses Volksfestes in München. Die Idee zu einem Oktoberfest in Kitchener-Waterloo soll 1969

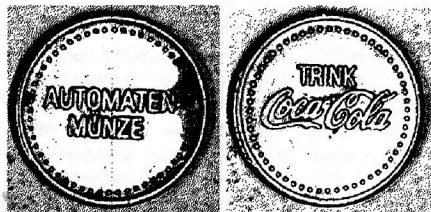
im Concordia-Club entstanden sein, um der Gemeinschaft mit einem bürgerlichen Fest nach Münchner Vorbild das deutsch-kanadische Erbe zu erhalten. So heißt es dort: In 32 Jahren hat das Oktoberfest in K W seine eigenen Traditionen entwickelt. Neun Tage lang feiert die Stadt das größte bayerische Fest und den Erntedank in Nordamerika. Tausende von Besuchern lernen das Oktoberfest und seine „Gemütlichkeit“ in 20 Hallen und bei über 45 Familien- und kulturellen Veranstaltungen kennen.

### „TRINK *Coca-Cola*“

von Günter Fritz & Werner Helmut Stahl

Bei der Durchsicht einiger hundert Marken konnten vier Grundtypen der allseits bekannten Automatenmarke des Getränkeherstellers Coca Cola GmbH in Essen festgestellt werden. Zusammengefaßt unter A bis D. Mit Bindestrich zwischen Coca-Cola (A + C) bzw. ohne Bindestrich zwischen Coca Cola (B + D) sowie MÜNZE (A + B) bzw. MÜNZEN (C + D). Nachträglich angebrachte Kennungen auf den Standardstücken sind in zwei Fällen belegt. Die Vertiefungen bei Nr. 528 (C) dienen sicherlich - ebenso wie die vertieften Firmenhinweise bei der Nr. 526 (A) (WESTFALIA - Werkzeugcompany GmbH, Brüder-Grimm-Straße 24 in Vellmar) - der individuellen Kennung für einen bestimmten Automatenstandort.

### A *Coca-Cola* mit Bindestrich; AUTOMATEN - | MÜNZE



- Vs.: Perlkreis, TRINK | *Coca-Cola*  
Rs.: Perlkreis, AUTOMATEN - | MÜNZE  
● Messing; (↓ ↓); 18,8 - 19,1 mm ø; TRINK 6 - 6,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 - 16,5 mm ø || AUTOMATEN 11,5 - 15 mm breit, 1,5 - 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 - 16,5 mm ø, 56 bis 82 Perlen; mit Bindestrich zwischen Coca-Cola; Menzel 3943.1; Abbildungen vergrößert  
0517 18,8 mm ø; TRINK 6 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 mm ø || AUTOMATEN - 13,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 mm ø, 56 Perlen

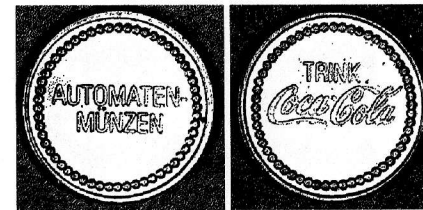
### C *Coca-Cola* mit Bindestrich; AUTOMATEN - | MÜNZEN

- Vs.: Perlkreis, TRINK | *Coca-Cola*  
Rs.: Perlkreis, AUTOMATEN - | MÜNZEN  
● Messing; (↓ ↓); 18,8 - 19,3 mm ø; TRINK 5,5 - 6,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 - 16,5 mm ø || AUTOMATEN 11,5 - 13,5 mm breit, 1,5 - 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 - 16,5 mm ø, 56 bis 65 Perlen; mit Bindestrich zwischen Coca-Cola; Menzel -; Abbildungen vergrößert

### B *Coca-Cola* ohne Bindestrich; AUTOMATEN - | MÜNZE

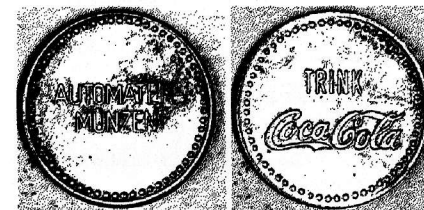


- Vs.: Perlkreis, TRINK | *Coca-Cola*  
Rs.: Perlkreis, AUTOMATEN - | MÜNZE  
● Messing; (↓ ↓); 18,8 mm ø; TRINK 6 - 7,5 mm breit, 1,5 - 2 mm hoch; Perlkreis 16 - 17 mm ø || AUTOMATEN 15 - 15,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16,5 - 17 mm ø, 67 bis 83 Perlen; ohne Bindestrich zwischen Coca-Cola; Menzel 3943.1; Abbildungen vergrößert  
0521 18,8 mm ø; TRINK 7 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16,5 mm ø || AUTOMATEN - 15,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 17 mm ø, 83 Perlen  
0522 18,8 mm ø; TRINK 7,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 17 mm ø || AUTOMATEN - 15,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 17 mm ø, 83 Perlen  
0523 18,8 mm ø; TRINK 7 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø || AUTOMATEN - 15 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16,5 mm ø, 76 Perlen  
0524 18,8 mm ø; TRINK 6 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16,5 mm ø || AUTOMATEN - 15 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16,5 mm ø, 67 Perlen  
0525 18,8 mm ø; TRINK 7 mm breit, 1,5 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø || AUTOMATEN - 15 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16,5 mm ø, 67 Perlen  
0526 auf beiden Seiten vertieft: Pferd, WESTFALIA. WERKZEUGE; Menzel 3943.2?



- 0527 18,8 mm ø; TRINK 6,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16,0 mm ø || AUTOMATEN - 12 mm breit, 1,5 mm hoch; Perlkreis: 16,0 mm ø  
0528 18,8 mm ø; TRINK 6,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16,0 mm ø || AUTOMATEN - 12 mm breit, 1,5 mm hoch; Perlkreis: 16,0 mm ø; zusätzlich beidseitig je drei eingeschlagnene Vertiefungen  
0529 18,9 mm ø; TRINK 6,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø || AUTOMATEN - 12 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø  
0530 18,9 mm ø; TRINK 6,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø || AUTOMATEN - 12 mm breit, 1,5 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø, 56 Perlen  
0531 19,0 mm ø; TRINK 5,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 mm ø || AUTOMATEN - 13 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 mm ø, 56 Perlen  
0532 19,0 mm ø; TRINK 6 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø || AUTOMATEN - 13,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 mm ø, 56 Perlen  
0533 19,1 mm ø; TRINK 6 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø || AUTOMATEN - 13,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø, 65 Perlen  
0534 19,3 mm ø; TRINK 6 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 mm ø || AUTOMATEN - 12,5 mm breit, 1,5 mm hoch; Perlkreis 16,5 mm ø  
0535 19,3 mm ø; TRINK 5,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 16,5 mm ø || AUTOMATEN - 11,5 mm breit, 1,5 mm hoch; Perlkreis 16,5 mm ø

### D *Coca-Cola* ohne Bindestrich; AUTOMATEN - | MÜNZEN

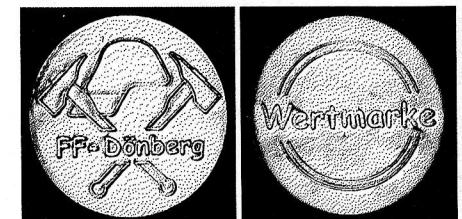


- Vs.: Perlkreis, TRINK | *Coca-Cola*  
Rs.: Perlkreis, AUTOMATEN - | MÜNZEN  
● Messing; (↓ ↓); 19 - 19,2 mm ø; TRINK 5,5 - 6,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 - 17 mm ø || AUTOMATEN 12 - 13 mm breit, 1,5 - 2 mm hoch; Perlkreis 16 - 17 mm ø, 60 bis 82 Perlen; ohne Bindestrich zwischen Coca-Cola; Menzel -; Abbildungen vergrößert  
0536 19,0 mm ø; TRINK 6 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis

- kreis 15,5 mm ø || AUTOMATEN - 12 mm breit, 1,5 mm hoch; Perlkreis 16 mm ø, 60 Perlen  
0537 19,1 mm ø; TRINK 5,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 17 mm ø || AUTOMATEN - 13 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 17 mm ø, 82 Perlen  
0538 19,2 mm ø; TRINK 6,5 mm breit, 2 mm hoch; Perlkreis 15,5 mm ø || AUTOMATEN - 12,5 mm breit, 1,5 mm hoch; Perlkreis 16,5 mm ø, 68 Perlen

### Freiwillige Feuerwehr Dönberg Kurt Lembeck, Wuppertal

1896 gründeten 27 Dönberger Bürger eine Dönberger Turner-Feuerwehr, die zunächst eine Steiger- und eine Spritzenabteilung bildeten. Dönberg gehörte zu dieser Zeit zur Gemeinde Hardenberg-Neuves und hatte 870 Einwohner. 1909 genehmigte der königliche Landrat des Kreises Mettmann eine Satzung, die sich die Dönberger Feuerwehrleute erstellt hatten, und somit wurde die Freiwillige Feuerwehr anerkannt. 1975 wird durch eine einschneidende Gebietsreform Dönberg nach Wuppertal eingemeindet und die Dönberger Feuerwehr wird zum Löschzug Dönberg der Freiwilligen Feuerwehr Wuppertal. Sie hat heute eine Stärke von 50 Mann und 18 Jugendfeuerwehrleute. Alljährlich findet am 2. Wochenende im Mai ein Feuerwehrfest statt. In einem großen Festzelt trifft sich an drei Tagen die gesamte Bevölkerung Dönbergs zum Tanz. Für Essen und Trinken ist immer reichlich gesorgt. Erstmals zum Feuerwehrfest 2000 vom 12. bis 14. Mai wurden Wertmarken eingesetzt, um die Abrechnung für die Feuerwehrkameraden leichter zu gestalten.



- Vs.: vertieft: FF - Dönberg auf Helm und gekreuzten Werkzeugen  
Rs.: vertieft: doppelliniger Kreisbogen | Wertmarke | doppelliniger Kreisbogen  
0539 ● 26,0 mm ø; Aluminium; 2,1 mm dick; (↓ ↓)

Die Auflage beträgt 26.000 Stück. Den Entwurf fertigte Thomas Gebel, Feuerwehr Dönberg, an. Hergestellt bei der Firma Helmut Fielenbach, Solingen. Wert der Marke: 1,10 DM.



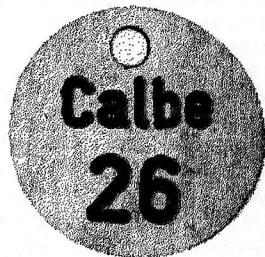
Anmerkung der Redaktion: Interessenten können diese Wertmarke zum Selbstkostenpreis von DM 1,10 zuzüglich Porto über die Redaktion erhalten.

### KATALOGERGÄNZUNGEN UND -BERICHTIGUNGEN

zu: Stahl, Werner Helmut: ... werden wir in absehbarer Zeit daran ersticken, Müllmarken, Wertmarken der Entsorgungswirtschaft in Deutschland, kkk - Verlag, 1996, Sassenburg.

#### CALBE » Sachsen-Anhalt

Ergänzung zu „STADT CALBE“ (2)



Vs.: vertieft: Calbe | zweistellige Nummer  
Rs.: leer  
0540 ● 33,1 mm ø; Zweischichtenkunststoff (weiß/schwarz, Schrift schwarz); © 5,3 mm ø

#### FEUCHT » Bayern

Neu: „Marktgemeinde Feucht“ (1)



Vs.: Perlkreis, MÜLLABFUHR | MARKT FEUCHT (◡)  
Rs.: leer  
0541 ● 40,0 mm ø; Messing

#### FLÖHA » Sachsen

Ergänzung zu „STADTWIRTSCHAFT FLÖHA“ (1.3)

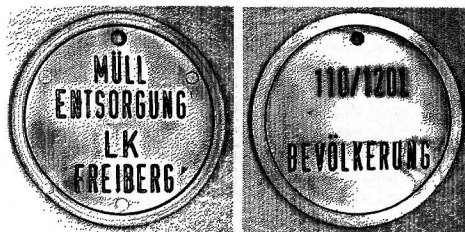
Vs.: vertieft: 1 Kübel | Müll | STW Flöha | Wertbezeichnung



Rs.: leer  
0542 ■ mit abgerundeten Ecken; 52,0 x 37,0 mm; Wertbezeichnung: 0,80 M; © 5,2 mm ø

#### FREIBERG » Sachsen

Neu: „C MÜLLENTSORGUNG LANDKREIS FREIBERG“ (1)



Vs.: MÜLL | ENTSORGUNG | LK | FREIBERG  
Rs.: 110/120 L | BEVÖLKERUNG  
0543 ● 42,8 mm ø; Kunststoff (rot); © 3,1 mm ø; Abbildungen verkleinert

#### GARDELEGEN » Sachsen-Anhalt

Ergänzung zu „VEB STADTWIRTSCHAFT GARDELEGEN“ (1.2, 1.3, 1.8, 1.9)

Vs.: vertieft: 1 Kübel | Müll | VEB Stadtwirtschaft Gardelegen (◡)  
Rs.: leer  
● Aluminium  
0544 35,0 mm ø; © 5,2 mm ø; Müll 16,5 mm breit; VEB...Gardelegen 15 mm Abstand  
0545 35,0 mm ø; © 5,2 mm ø; Müll 16,5 mm breit; VEB...Gardelegen 17,5 mm Abstand  
0546 35,2 mm ø; © (zentral) 5,1 mm ø; Müll 12 mm breit  
0547 35,2 mm ø; © (zentral) 5,1 mm ø; Müll 16,5 mm breit

#### GATERSLEBEN » Sachsen-Anhalt

Neu: „RAT DER GEMEINDE GATERSLEBEN“ (1)

Vs.: vertieft: Müllmarke | Rat der Gemeinde | Gatersleben  
Rs.: leer  
0548 ● 35,3 mm ø; Aluminium; © 5,0 mm ø

#### GENTHIN » Sachsen-Anhalt

Ergänzung zu „A VEB DLK GENTHIN“ (1.2)

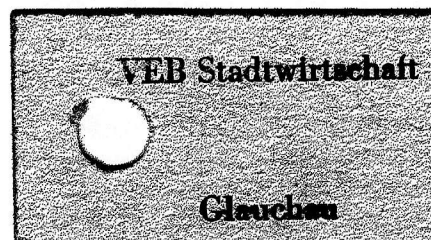
Vs.: VEB DLK | Genthin | 1 Kübel | Müll  
Rs.: mit und ohne Perlkreis  
0549 ● 35,7 mm ø; mit Perlkreis; olivgrün lackiert (Mattlack)

#### GLAUCHAU » Sachsen

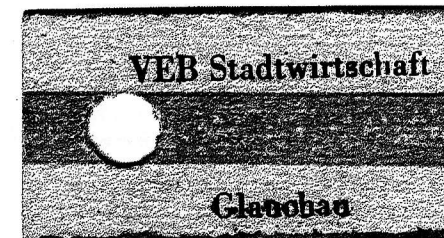
Ergänzung zu „VEB STADTWIRTSCHAFT GLAUCHAU“ (1.3, 1.4, 1.6, 5, 6)



Vs.: VEB Stadtwirtschaft | Glauchau | horizontaler Farbbalken mit linksseitigem vertikalen Endstück | 1 Müllkübel 110 I |, links nach außen zeigende fünfstellige Nummer, rechts nach innen zeigender Herstellercode  
Rs.: leer  
■ 57,0 x 30,5 mm; Karton (weiß/grau); © (links) 10,0 mm ø  
0550 Druck: braun  
0551 Druck: rot  
0552 Druck: lila



Vs.: VEB Stadtwirtschaft | Glauchau  
Rs.: leer  
0553 ■ 57,3 x 30,5 mm; Karton (weiß/grau, Druck schwarz); © (links) 9,7 mm ø



Vs.: VEB Stadtwirtschaft | Glauchau, horizontaler grüner Farbbalken  
Rs.: leer  
0554 ■ 57,3 x 30,5 mm; Karton (weiß/grau, Druck schwarz); © (links) 10,0 mm ø

#### GOMMERN » Sachsen

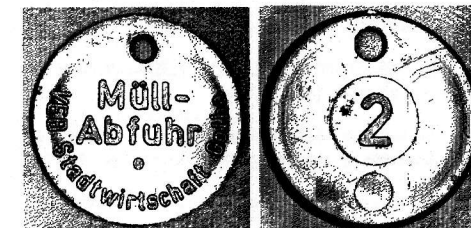
Ergänzung zu „GEMEINDE GOMMERN“ (1.3, 2)

Vs.: Müll | Gommern  
Rs.: leer  
0555 ◆ mit abgerundeten Ecken; 30,2 x 30,2 mm; Aluminium; © 4,2 mm ø

Vs.: vertieft: Müll | Gommern  
Rs.: leer  
0556 ■ 25,8 x 25,8 mm; Aluminium; © 3,5 mm ø

#### GOTHA » Thüringen

Ergänzung zu „VEB STADTWIRTSCHAFT GOTHA“ (1.7, 1.13)



Vs.: Müll- | Abfuhr | • | VEB Stadtwirtschaft Gotha (◡)  
Rs.: Nummern oder Buchstaben auf einer erhabenen Kreisfläche  
● 35,0 mm ø; Kunststoff (verschiedene Farben); © 3,8 – 5,2 mm ø; Abbildungen verkleinert  
0557 rot; Nummer: 2  
0558 rot; Nummer: 19

#### HALDENSLEBEN » Sachsen-Anhalt

Ergänzung zu „B VEB DLK HALDENSLEBEN“ (1.3)

Vs.: vertieft: 1 Kübel | Müll | VEB DLK Haldensleben (◡)  
Rs.: leer  
0559 ● 35,2 mm ø; Aluminium; © 5,2 mm ø

Ergänzung zu „C VEB (K) DLK HALDENLEBEN“  
(1.5)

Vs.: vertieft: zweistellige Nummer | VEB (K)  
Haldensleben (⌢)

Rs.: leer  
0560 ● 35,1 mm ø; Aluminium; © 5,2 mm ø; Nummer:  
36 (Ivenrode)

#### HESSERODE » Thüringen

Neu: „B RAT DER GEMEINDE“ (1)



Vs.: vertieft: 1 Kübel | Müll | Rat der Gemeinde  
Hesserode (⌢)

Rs.: leer  
0561 ● 40,5 x 35,2 mm; Aluminium; © 5,2 mm ø

#### HOYERSWERDA » Sachsen

Neu: „B VEB STÄDTISCHE DIENSTLEISTUNGEN  
HOYERSWERDA“ (1)

Vs.: vertieft: 1 Kübel | Müll | 1.05 M | VEB Städt.  
Dienststg. Hoyerswerda (⌢)

Rs.: leer  
0562 ● 35,0 x 40,3 mm; Aluminium; © 5,4 mm ø

### UNEDIERTE MARKEN

#### MIT ZUWEISUNG

#### BAD MERGENTHEIM

Bad Mergentheim (Bayern)  
Kurverwaltung Bad Mergentheim GmbH, Lothar-Daiker-  
Straße 4  
Günter Fritz, Köln

Vs.: BAD | MERGENTHEIM | Jahreszahl  
Rs.: Nummer

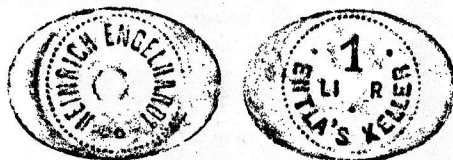


● 27,2 mm ø; Kunststoff; © 4,5 mm ø;  
1,8 mm dick; (↓↓)

0563 dunkelgrün, Schrift weiß; Jahreszahl: 1985  
0564 hellgrün, Schrift schwarz; Jahreszahl: 1987  
0565 hellblau, Schrift schwarz; Jahreszahl: 1988  
0566 rot, Schrift silber; Jahreszahl: 1990  
0567 dunkelblau, Schrift weiß; Jahreszahl: 1991  
0568 dunkelgrün, Schrift weiß; Jahreszahl: 1993

#### ENTLA'S KELLER

Erlangen (Bayern)  
Entlas-Keller Biergarten GmbH, An den Kellern 5-7  
Bernd Schreiber, Nürnberg.



Vs.: Perlkreis, HEINRICH ENGELHARDT (⌢) |  
Rosette

Rs.: Perlkreis, 1 | LITER • • ENTLA'S KELLER •  
(⌢)

0569 queroval 22,3 x 31,2 mm; Aluminium;  
© 4,0 mm ø; Abbildungen verkleinert



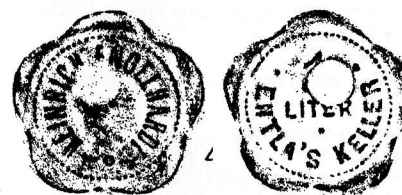
Vs.: Perlkreis, HEINR. ENGELHARDT (⌢) | ENTLA'S  
KELLER | ERLANGEN

Rs.: Perlkreis, 1 | LITER BIER (⌢)  
0570 ● 30,3 x 32,2 mm; Aluminium; Abbildungen  
verkleinert

Vs.: Perlkreis, HEINRICH ENGELHARDT (⌢) |  
Rosette

Rs.: Perlkreis, 1 | LITER • • ENTLA'S KELLER •  
(⌢)

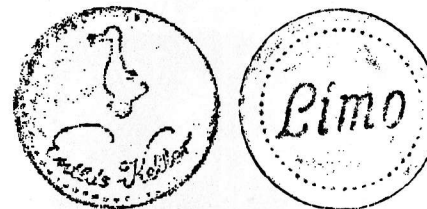
0571 fünfboig 25,6 x 25,6 mm; Aluminium;  
© 6,0 mm ø



Vs.: Perlkreis, Ente | Entla's Keller (⌢)

Rs.: Perlkreis, FRIEDRICH ENGELHARDT (⌢) |  
Rosette

0572 ● 26,3 mm ø; Messing



Vs.: Perlkreis, Ente | Entla's Keller (⌢)

Rs.: Perlkreis, Limo  
0573 ● 26,3 mm ø; Aluminium

#### Erich Keller

Erlangen (Bayern)  
Bernd Schreiber, Nürnberg.



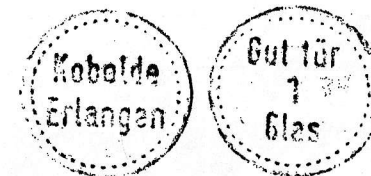
Vs.: Perlkreis, Erich | Keller

Rs.: Perlkreis, gefülltes Henkelglas  
0574 ● 24,0 mm ø; Messing

#### Kobolde

Erlangen (Bayern)  
Bernd Schreiber, Nürnberg

Vs.: Perlkreis, Kobolde | Erlangen



Rs.: Perlkreis, Gut für 1 | Glas  
0575 ● 22,8 mm ø; Aluminium



Vs.: Perlkreis, Kobolde | Erlangen

Rs.: Perlkreis, FLASCHENPFAND (⌢) | MARKE |  
Zierstrich

0576 ● 22,7 x 25,7 mm; Aluminium

#### RESTAURATION UNION

Erlangen (Bayern)  
Bernd Schreiber, Nürnberg.

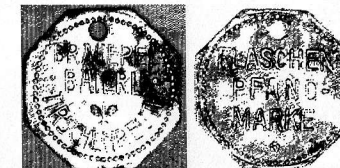


Vs.: Perlkreis, RESTAURATION (⌢) | UNION |  
★ ERLANGEN ★ (⌢)

Rs.: Perlkreis, Laubkranz  
0577 ● 20,5 mm ø; Messing

#### BRAUEREI BAIERL

Tirschenreuth (Bayern)  
Gaststätte Rosa Baiertl, Schnellerstrasse 2  
Günter Fritz, Köln



Vs.: Perlkreis, BRAUEREI | BAIERL | florales  
Ornament | • TIRSCHENREUTH • (⌢)

Rs.: Perlkreis, FLASCHEN - | PFAND - | MARKE  
| Rosette

0578 ● 21,0 x 20,9 mm; Zink; © 2,4 mm ø; 0,9 mm  
dick



**Cirkus Krone**

München (Bayern)  
Zirkus Krone, Marstallplatz 43  
Redaktion



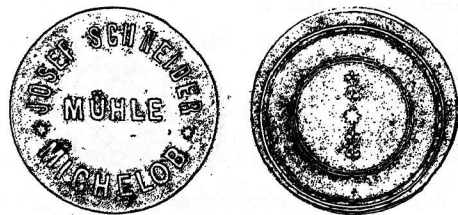
Vs.: 90 JAHRE (◡) | CIRCUS (◡) | Krone mit vier Tierporträts und der Inschrift: EURE GUNST UNSER STREBEN (◡) | CIRCUS KRONE (◡)

Rs.: Porträt von vorn Clown Lubino, CLOWN LUBINO (◡)

0579 ● 25,1 mm ø; Aluminium; 2,3 mm dick; (↓↓)

**JOSEF SCHNEIDER**

Michelob (Bayern)  
Redaktion



Vs.: JOSEF SCHNEIDER (◡) | MÜHLE | ★ MICHELOB ★ (◡)

Rs.: vier Fadenkreise, im Innenkreis: Arabeske ★ Arabeske

0580 ● 27,4 mm ø; Messing; 0,7 mm dick; Abbildungen verkleinert

**ERNST TONNDORF**

Nürnberg (Bayern)  
Redaktion



Vs.: Perlkreis, INDUSTRIE- U. KULTUR-VEREIN

(◡) | ERNST | TONNDORF | Arabeske | ★ NÜRNBERG ★ (◡)

Rs.: Perlkreis, 15

0581 ● 23,1 mm ø; Kupfer; 1,1 mm dick; (↓↓)

**Milchgenossenschaft**

Neufra (Bayern)

Eine Milchgenossenschaft Neufra (Bayern) kann heute nicht mehr nachgewiesen werden.

Redaktion



Vs.: Milch - | genossenschaft | Neufra

Rs.: 1 | Ltr. | Vollmilch (◡)

0582 ● 26,0 x 22,9 mm; Aluminium; 1,2 – 1,4 mm dick; (↓↓); Stegrand



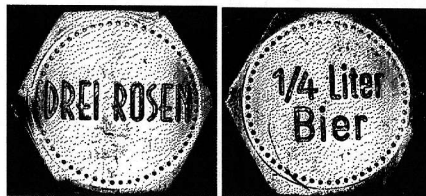
Vs.: ★ Milch - | genossensch | Neufra | ★

Rs.: Gut für (◡) | ½ | Ltr. | Vollmilch (◡)

0583 ● 20,2 x 23,0 mm; Aluminium; 1,4 mm dick; (↓↓); Stegrand

**DREI ROSEN**

Drei Rosen Bräu GmbH, Burgermühlstraße 10,  
Moosburg a.d. Isar (Bayern)  
Peter Hellmuth, Nürnberg



Vs.: Perlkreis, DREI ROSEN

Rs.: Perlkreis, ¼ Liter | Bier

0584 ● 31,1 x 35,2 mm; Aluminium; 1,3 mm dick; (↓↓)

**Haben Sie schon einen Abonnenten gewonnen?**

**OHNE ZUWEISUNG****Milchverwertung**

A.J. Kooij, Hilversum



Vs.: WR. MILCHVERWERTG. A. SCHNEIDER (◡)

Rs.: Perlkreis

0585 ● 27,0 mm ø; Messing

**GRÜNBERGER JUGENDHEIM**

A.J. Kooij, Hilversum



Vs.: GRÜNBERGER JUGENDHEIM (◡) | 5 | 52 (vertieft) | Punktlinie

Rs.: leer

0586 ● 18,2 mm ø; Messing

**HEERESDIENSTHUND**

A.J. Kooij, Hilversum



Vs.: 20 | - | 1022 | HEERESDIENSTHUND (◡)

Rs.: leer

0587 ● ca. 28,5 mm ø; Zink; © ca. 5 mm ø

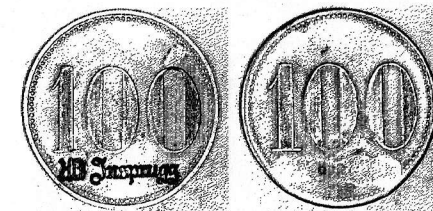
**Alt Insprugg**

Peter Hellmuth, Nürnberg

Vs.: Perlkreis, 100 | Alt Insprugg (vertieft)

Rs.: Perlkreis, 100

0588 ● 32,4 mm ø; Messing; 1,2 mm dick; (↓↓); Abbildungen verkleinert

**Calwer-Eck**

Peter Hellmuth, Nürnberg



Vs.: Perlkreis, Calwer – Eck | Bräu

Rs.: Perlkreis, Calwer – Eck | Bräu

0589 ● 30,4 mm ø; Aluminium; 1,4 mm dick; (↓↓); Abbildungen verkleinert

**V. BÖHM**

Peter Hellmuth, Nürnberg



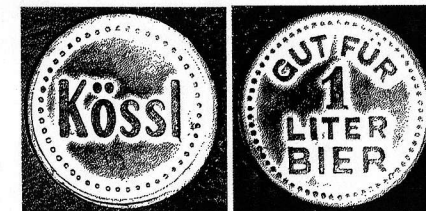
Vs.: Perlkreis, V. BÖHM | 1 ½ kg

Rs.: leer

0590 ● 20,9 mm ø; Zink; 1,1 mm dick

**Kössl**

Peter Hellmuth, Nürnberg



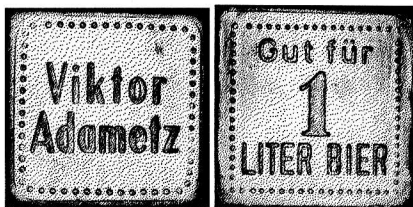
Vs.: Perlkreis, Kössl

Rs.: Perlkreis, GUT FÜR (◡) | 1 | LITER | BIER

0591 ● 25,6 mm ø; Aluminium; 1,2 mm dick

**Viktor Adametz**

Peter Hellmuth, Nürnberg



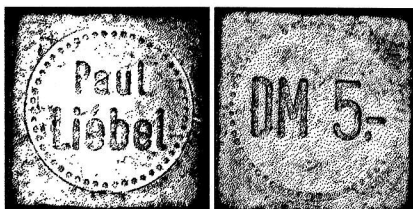
Vs.: Perlrand, Viktor | Adametz

Rs.: Perlrand, Gut für | 1 | LITER BIER

0592 ■ 25,7 x 25,7 mm; Aluminium; 1,2 mm dick; (↓↓)

**Paul Liebel**

Peter Hellmuth, Nürnberg



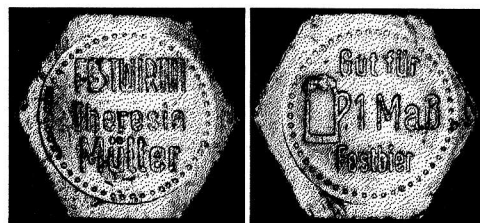
Vs.: Perlkreis, Paul | Liebel

Rs.: Perlkreis, DM 5.-

0593 ■ 25,7 x 25,9 mm; Aluminium; 1,2 mm dick; (↓↓)

**FESTWIRT Theresia Müller**

Peter Hellmuth, Nürnberg



Vs.: Perlkreis, FESTWIRT | Theresia | Müller

Rs.: Perlkreis, gefülltes Henkelglas | Gut für | 1 Maß | Festbier

0594 ● 26,0 x 29,1 mm; Aluminium; 1,1 mm dick; (↓↓)

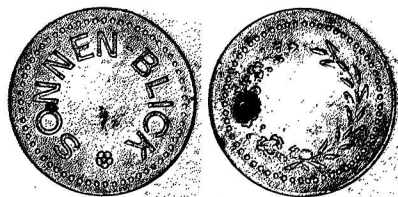
**SONNEN - BLICK**

Peter Hellmuth, Nürnberg

Vs.: Perlkreis, SONNEN - BLICK (☉) | Rosette

Rs.: Perlkreis, Laubkranz

0595 ● 25,4 mm ø; Messing; 0,8 mm dick; (↓↓)

**Im Katalogteil benutzte und zitierte Literatur**

Menzel, Peter: Deutsche Notmünzen und sonstige Geldersatzmarken 1840 - 1990, zwei Bände: Band I A - L, Band II M - Z, 1993. Band III: Deutschsprachige Notmünzen und Geldersatzmarken im Ausland 1840 - 1990, 1997. Band IV: Notmünzen und Geldersatzmarken von Bayern 1840 - 1998, 1999. Münzhandel + Verlag B. Strothotte, Gütersloh (= Menzel).

Stahl Werner Helmut: ... werden wir in absehbarer Zeit daran ersticken, Müllmarken - Wertmarken der Entsorgungswirtschaft in Deutschland, kkk - Verlag, 1996, Sassenburg (= Stahl).

**INSERATE**

Regensburg und Vororte (Prüfening, Stadthof, Steinweg): Marken, Medaillen, Abzeichen, Scheine etc. sucht H. Emmerig, Brunnengasse 12/10, A-1160 Wien, Fax 0043-1-49 53 691.

Suche Wertmarken aus dem Bereich Beckum, Warendorf und Umgebung. Stefan Wittenbrink, Angel 6, 59269 Beckum, Tel.: 02525-951788.

Über 1.800 Stück Privat-Wertmarken, Privat-Gef. Lager, Kapselgeld, Gasmarken, Schiffsmarken, Fahrmarken, sonstige Marken sind in meiner neuen Liste 59 enthalten. Kostenlos gegen Angabe des Sammelgebietes. Gerd Stumm - Münzenhandlung, Lindenstraße 184, 40233 Düsseldorf.

**Schwerer Diebstahl**

auf der Münzenbörse Hannover am 1. Mai 2000. Mir wurden u.a. folgende markante Wertmarken gestohlen: Gasmarken von Gelsenkirchen, Gumbinnen, Heide, Patschkau, Schleswig (alle aus Messing); Tresormarken von Pohlschröder aus Dortmund diverser Sparkassen sowie Schlüsselfundmarken u.a. aus Berlin. Sollte Ihnen diese Markenmischung oder Teile davon angeboten werden, bitte ich um eine möglichst umgehende Nachricht und um Ankauf der Stücke. Die Kostenübernahme und eine Belohnung sind bei mir selbstverständlich.

Klaus Franke, Rotthausen Straße 51, 45879 Gelsenkirchen. Telefon/Fax: 0209/873879 + 0173/5342081.

Über 250 verschiedene Biermarken und Pfandmarken, überwiegend Bayern. Ich bin auch am Tausch interessiert. Liste sende ich Ihnen gern zu. Heinrich Babinsky, Riesengebirg Straße 50, 93073 Neutraubling.