

”Helsagssamleren”

Artikel 13: Helsager med reklamepåtryk og andre private tiltryk

Af Lars Engelbrecht og Erik Hvidberg Hansen

I de første artikler i "Helsagssamleren" har vi primært beskrevet de forskellige typer af helsager, hvordan man samler og udstiller samt information på internettet og i litteraturen om helsager. I de kommende artikler vil vi fortsætte vores beskrivelse af helsagssamleriet, og vi vil også bevæge os ud i periferien af emnet, bl.a. ved at se på de forskellige anvendelsesmuligheder af helsagerne.

Denne gang omhandler vores artikel helsager med reklamepåtryk og andre private tiltryk. Sidstnævnte skal ikke forveksles med de privatfremstillede helsager - for Danmarks vedkommende helsager med "x-numre" - disse vil vi behandle i en senere artikel.

Private tiltryk og reklamepåtryk på helsager kendes fra de fleste helsagsudgivende lande, men her beskæftiger vi os kun med de danske.

Mange foreninger, virksomheder, forretningsdrivende og også statslige virksomheder opdagede snart helsagens anvendelighed når det gjaldt massekommunikation, nemlig ved at forsyne større mængder af helsager med trykt, enslydende tekst, reklamer eller lignende, idet man så sparede besværet dels med at skrive samme meddelelse mange gange, dels sparede besværet med at påklæbe løse frimærker og endelig også sparede penge til karton (som jo i en lang periode var gratis for helsagsbrevkortenes vedkommende).

For konvolutternes vedkommende blev det allerede meget tidligt (allerede fra skillingsperioden) populært at påtrykke firmanavn, logo etc, dels som afsenderadresse men også som en reklame for firmaet. Især efter fremkomsten af helsagskonvolutterne i den store størrelse i 1901, ser man mange af disse konvolutter med meget dekorative tiltryk, men også de smalle konvolutter forekommer med enten påtrykt afsender- eller modtagerangivelse. Det er ikke blot helsagssamlere, der går efter denne type konvolutter, mange samlere af posthistorie er interesserede i sådanne konvolutter, da de "pepper" samlingen lidt op.

Brevkortene - såvel de enkelte som de dobbelte - findes med et utal af private tiltryk, mest almindeligt er nok anvendelsen til mødeindkaldelser. Her har bl.a. Københavns Philatelist Klub først i forrige århundrede gjort flittig brug af kortene til alle mulige praktiske administrative opgaver, såsom mødeindkaldelser, påmindelse om restancer, aflysninger af møder (især under den spanske syge under 1. Verdenskrig). De dobbelte kort er oftest anvendt til mødeindkaldelser hvor svarkortet så er anvendt til tilmelding.

Helsagsbrevkortene kendes også brugt som valgkort eller med information om kommende besøg af et firmas repræsentant. Endvidere helsager med tiltryk om postoprævning eller postanvisning, og disse tiltryk blev lavet af bl.a. Aller i 1880'erne før der blev lavet særlige formularer til disse formål. Tiltrykkene findes i et utal af andre varianter, som det vil føre alt for vidt at komme ind på her.

I sidste halvdel af 1880'erne ser vi de første illustrationer på helsagsbrevkortene. Fx havde enkelte hoteller egne helsagskort til brug for hotellets gæster. Mest almindeligt er kortet fra Hotel Kongen af Danmark i København (som findes i flere forskellige typer), mens kortet fra Bad Skodsborg er noget mere sjældent forekommende, men begge helsager har flotte illustrationer.

Der forekommer også helsagskort med påtrykte reklamer på dele af, eller på hele den ene side, se f.eks. kortet fra Thorngrens Legetøjs-hus. Også korrespondancekortene kendes med private tiltryk til forskellige formål. Meget almindelig er tilsigelsesformularer fra Københavns Politi, og her brugte man netop korrespondancekortet for at bevare brevhemmeligheden, men også andre fortrykte kort forekommer.

Som tilfældet er i flere andre lande, så forekommer der også danske korrespondancekort hvor bagsiden af kortet, samt hele kortet indeni er påtrykt reklamer. For overhovedet at kunne anvende kortene var det derfor nødvendigt at skrive sit brev på et løst papirark som blev lagt inden i kortene. Disse kort blev ofte solgt til en lavere pris end kortets pålydende.

Der forekommer kun få danske korsbånd med private tiltryk, primært et logo eller en afsenderadresse.

Det er ikke kun samlere af traditionel filateli og posthistorie, der søger helsager med private påtryk. Især helsager med reklamepåtryk er særdeles efterstræbte af tematiske samlere, hvor en af annoncerne kan anvendes i det tema, den pågældende samler. Sådanne kort kan komme op i priser på flere tusinde kroner - så måske var det en idé at se efter i skuffen, om der ligger en lille upåagtet formue gemt?

I den næste artikel vil vi se nærmere på, hvordan man bedst opbevarer sine helsager.

Illustrationer:

(artikel13a.jpg)

Helsagsbrevkort fra Bad Skodsborg

(artikel13b.jpg)

Helsagsbrevkort med reklame for Legetøjs-huset. Brug af trykte fotos på helsager ses fra starten af 1900-tallet

(artikel13c1.jpg & artikel13c2.jpg)

Korrespondancekort med reklamer på for- og bagside samt inderside

(artikel13d.jpg)

Helsagsbrevkort med julehilsen fra KFUM