

## Reproductions: Naughty or Nice? [Reproduktionen: schlimm oder nett?]

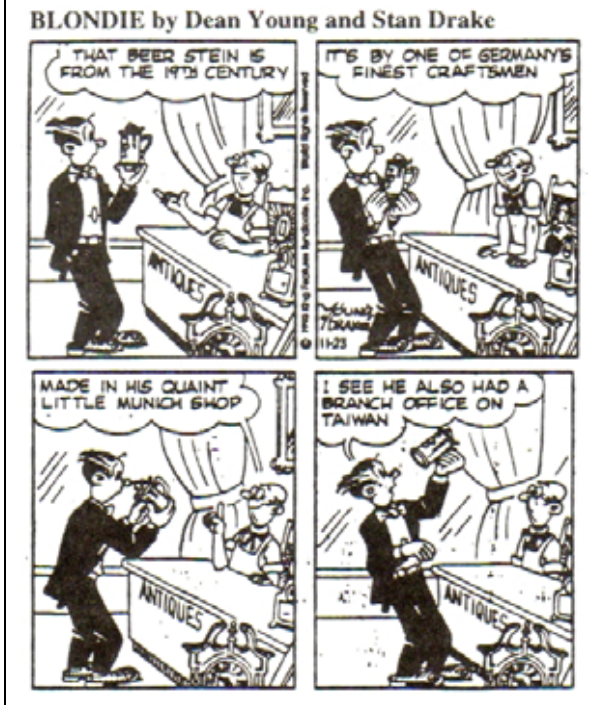
Artikel aus der Zeitschrift der NMGCS Opaque News, March 1995, S. 7 - 11  
 Abdruck mit freundlicher Erlaubnis von Mr. Frank Chiarenza. Herzlichen Dank!

Frank Chiarenza, September 2005: Hello Siegmund,  
 ich stimme völlig mit Dir darin überein, dass richtige Fälschungen gewöhnlich nur bei teuren Originalen von berühmten Glaskünstlern vorkommen und lange nicht so oft bei den viel billigeren, massenhaft hergestellten gepressten Gläsern. Die Beispiele, die Du von staatlich geduldeten oder sogar unterstützten und in Gang gesetzten Fälschungen von Handelsmarken und Papieretiketten zeigst, sind das ärgste Beispiel für einen solchen Missbrauch.

Vor vielen Jahren habe ich zum Thema „Reproduktionen“ einen Artikel geschrieben, der in der Ausgabe März 1995 von Opaque News veröffentlicht wurde. Vielleicht hast Du ihn gelesen. Der Artikel beschäftigt sich vor allem mit Pressglas aus den USA.

Very kind regards, Frank

Abb. 2005-4/170  
 Abbildung aus der Zeitschrift der NMGCS Opaque News, March 1995:  
 „Dieser Bierkrug stammt aus dem 19. Jhd. ... von einem der besten deutschen Glasmacher ... gemacht in seinem drolligen kleinen Laden in München!“  
 „Ich sehe, er hatte auch eine Niederlassung in Taiwan!“



In der Ausgabe Dezember 1994 von Opaque News stellte Helen Liveten in ihrem „Letter from the President“ die Frage: „Wie definieren Sie Reproduktionen?“ und sie lud alle Mitglieder ein, ihre Ansicht dazu zu äußern. Weil ich vor dornigen Fragen nicht zurück schrecke,

entschied ich mich für einen Versuch. Hier sind einige Gedanken zum Thema.

Die Standardauskunft eines Wörterbuchs ist selbstverständlich zu allgemein: „eine Reproduktion ist alles kopierte oder wieder gemachte“ [a reproduction is anything copied or recreated]. Eine detailliertere Bestimmung für „alles“ mögliche reproduzierte im Rahmen der menschlichen Existenz und Erfahrung wäre fast unmöglich und ginge sowieso über das Thema hinaus. Wir interessieren uns nur für Reproduktionen künstlerischer Erzeugnisse und in diesem weiten Gebiet zielt unsere Bestimmung auf eine noch engere Frage nach **opaken, gepressten Gläsern**.

Die simple Frage ist, was wir genau damit meinen, wenn wir fragen „Ist dieses Stück aus Milk Glass eine Reproduktion?“ Die Antwort auf diese Frage ist gar nicht einfach.

### Es gibt viele Arten von Reproduktionen

Unzählige Artikel, ein ganzes Kapitel bei **Belknap**, ganze Magazine und sogar dicke Bücher wie von **Ruth Webb Lee** haben sich dieser Frage gewidmet und aus gutem Grund. Reproduktionen sind der Fluch [bane] aller Sammler von Antiquitäten, besonders wenn Kopien von „Originalen“ mit der bewussten Absicht produziert werden, das Publikum zu täuschen. Lassen Sie uns beginnen mit der wohlbekanntesten und oft zitierten Bestimmung von Ruth Webb Lee:

**„Eine Reproduktion wird zur Fälschung, wenn sie als echte Antiquität verkauft wird.“** [A reproduction becomes a fake when it is sold as a genuine antique (Antique Fakes & Reproductions, S. 6)]

Dieser Satz bestimmt „Reproduktion“ strikt vom Standpunkt der geldlichen Transaktion: der Verkauf eines arglistig betrügerischen [fraudulent] Objekts als „echt“, entweder durch die Hersteller der Fälschung oder durch Händler, die es bewusst als echtes Ding verkaufen [either by those who made the „fake“ or dealers who knowingly sell it as the „real thing“]. Obwohl dies eine gute Bestimmung einer Fälschung ist, ist sie wenig nützlich, außer wir sind Gedankenleser [mind readers] und können beurteilen, ob uns Hersteller oder Händler absichtlich betrügen wollen. Gelegentlich ist jedoch ihre Absicht, das Publikum übers Ohr zu hauen, so schamlos offensichtlich wie in der amüsanten Karikatur von „Blondie“.

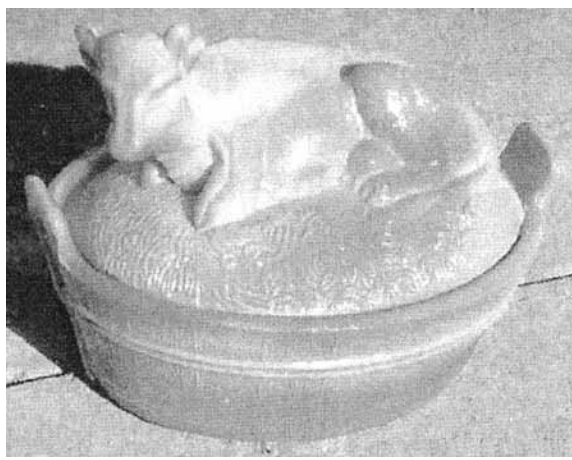
Für Sammler von „Milk Glass“ sind **ein abscheuliches Beispiel beabsichtigter Fälschung Deckeldosen mit Tierfiguren [animal covered dishes, Animal CD], die in Taiwan gemacht wurden, von denen einige die eingepresste Marke von Heisey „H in einer Raute“** [„H“ in diamond] tragen. Viele dieser Fälschungen fin-

det man auf den Abbildungstafeln von Grist, Covered Animal Dishes, 1988. Auch wenn die Marke selber und nicht weniger die rohe Qualität des Glases und seiner Pressform ein toter Geschenkartikel [dead giveaway] waren, könnten beginnende Sammler leicht durch diese Fälschungskünstler für dumm verkauft werden - durch die „raffinierten Halunken“ [ingenious rascals] - wie sie Lee so treffend nennt.

Abb. 2004-4/269  
 Deckeldose Liegende Kuh auf einem Trog  
 „Cow on Tub Covered Dish“  
 opak-blaues Glas, H xxx cm, D xxx cm  
 Sammlung Carmony  
**Unterseite der Dose gemarkt „H“ in Raute (Heisey)**  
**Hersteller unbekannt, Reproduktion Taiwan**  
 aus Opaque News 2004-9, S. 5  
 „Neil's Folly, the Asian-made cow-on-tub dish with the bogus Heisey mark on the bottom of its base.“

s.a. Regis und Mary Ferson, Yesterday's Milk Glass Today, Seite 31, Nummer 110, „Cow on Tub Covered Dish“

Frank Chiarenza an Neil Carmony: „Die Deckeldose Kuh auf einem Trog, die bei Ferson abgebildet ist, wurde in den frühen 1900-er Jahren in Deutschland von den Glaswerken **Gebrüder von Streit** gemacht. Sie wurde ursprünglich aus opak-weißem, opak-blauem und farblosem Glas hergestellt. Leider muss ich Ihnen mitteilen, dass Ihre Dose eine Reproduktion aus Asien ist, die rund ein Dutzend Jahre bei uns auf dem Markt ist. Die Marke auf der Unterseite („H“ in einer Raute) ist eine freche Täuschung, die Käufer dazu verleiten soll, das Glas für ein amerikanisches Produkt der **Heisey Glass Company** zu halten, deren Handelsmarke tatsächlich ein „H“ in einer Raute war. Diese Fälschungen wurden in weiß, blau, purpur marmoriert, farblos und in rosa - wie ein Typ Depression Glass - gefunden.“



Weil diese **Importe aus Taiwan** (viele davon sind wie wir wissen Diebstahl [rip-offs] von Originalen aus Frankreich), unmöglich „Reproduktionen“ von nicht vorhandenen Originalen von Heisey [of non-existent Heisey originals] sein konnten, können wir sicher sein, dass der Hersteller absichtlich leichtgläubige [gullible] Sammler mit der Ausbeutung des hochgeschätzten Namens „Heisey“ beschwindeln wollte. Das ist ein vollkommenes Beispiel für die Bestimmung einer Fälschung von Lee, nicht einmal wert, eingereicht zu werden unter die Objekte, die als „Reproduktionen“ rechtmäßig gemacht, bezeichnet und verkauft wurden [legitimately made, identified and sold as „Reproductions“]. Ein Gerichtsurteil stoppte schließlich diesen Missbrauch der Marke von Heisey, aber diese Fälschungen werden nach wie vor hergestellt.

Abb. 2004-3/190  
 Deckeldose mit liegender Kuh  
 auf einem hölzernen Wäschetrog  
 farbloses Pressglas, Dose H 5,5 cm, L 13,5 cm, B 10,1 cm,  
 Deckel H 6,4 cm, L 11,4 cm, B 8,6 cm  
 ohne Marke  
 Sammlung Geiselberger PG-782  
 auch Sammlung Fehr, farbloses Glas  
 auch Sammlung Haanstra, farbloses Glas  
 Gebrüder von Streit, Hosena-Hohenbocka / Berlin um 1900  
 s. MB Streit 1913, Tafel 15, Nr. 1518, Kuhdose oval



Abb. 2004-4/271  
 Dose mit liegender Kuh auf einem Holztrug  
 Gebrüder von Streit, Hosena-Hohenbocka / Berlin um 1900  
 MB Streit 1913, Tafel 15, Nr. 1518, Kuhdose oval  
 Sammlung Feistner

Nr. ~~1952~~ 1518

**Kuhdose, oval**  
 Länge 140 mm  
 hellweiß

Preis per 100 Stück M. 28.50  
 milchweiß und türkisblau  
 Preis per 100 Stück M. 31.50  
 milchweiß, türkisblau und  
 hellweiß bemalt  
 Preis per 100 Stück M. 36.—

Auch wenn die Definition von Lee eine „Fälschung“ brauchbar bestimmt, greift sie nicht bei der allgemeinen Frage von „ehrlichen“ [honest] Reproduktionen, wenn wir sie so benennen wollen. Unser Problem ist - fast einmalig nur für die Herstellung von gepressten Gläsern - wie wir Gläser betrachten wollen, die „neues

Glas“, produziert in „alten Formen“ darstellen [an object that is essentially „new glass“ produced from „old molds“]. Welche Komponente sollte in solchen Fällen bei der Zuordnung des Glases den Vorrang bekommen: die Neuheit des Glases oder die Antiquität der Form? Einige Leute argumentieren, dass uns der gesunde Verstand sagt, wenn ein Glas neu ist, dann spielt es keine Rolle, ob die Form alt ist, in der es gepresst wurde. Deshalb ist ein solches Objekt nicht original, selbstverständlich nicht „antik“ und muss als Reproduktion betrachtet werden.

Andere wieder nehmen den entgegen gesetzten Standpunkt ein: anders als bei den ausgemachten Fälschungen [out-and-out „fakes“] aus neu gemachten Pressformen [newly cast molds] wie in dem oben geschilderten Beispiel aus Taiwan, sind neue Gläser, die in echten, alten Pressformen [authentic old molds] hergestellt wurden, schwieriger zu behandeln. Bedenken Sie beispielsweise den Bericht über das [Gespräch zu dieser Frage von Belknap mit John Kemple in den 1940-er Jahren](#):

„Ich fragte Mr. Kemple, ob er plante, seine Gläser zu markieren, damit sie von antiken Stücken unterschieden werden können. Er sagte, „Nein“ und gab seinen Grund an: da seine Gläser in originalen Pressformen hergestellt würden, geschaffen vor 1890, wären sie keine Reproduktionen. Wenn er seinen Namen auf die Gläser bringen würde, würden sie als moderne Stücke betrachtet werden und das würde den Verkauf schmälern [people would consider them modern pieces and it would curtail sales] (Belknap, S. 270).

Das Argument von [Kemple](#), dass seine Stücke keine „Reproduktionen“ seien, da sie in originalen Pressformen hergestellt würden, könnte von manchen Leuten unterstützt werden. Ich bin aber sicher, dass Ruth Webb Lee beide Augenbrauen hochgezogen hätte, wenn sie seine finanzielle Begründung dafür gehört hätte, seine Stücke nicht zu markieren. Um jedoch gegenüber Kemple fair zu sein: wir wissen, dass er nachfolgend [subsequently] das Papieretikett seines Unternehmens auf seine Gläser aufbrachte, andere wie die Deckeldosen mit Tierfiguren wurden gemarkt mit einem „K in einem Kreis“ oder nur mit einem „Kreis“. Vielleicht erklärt die diplomatische Anregung von Belknap, dass Kemple seine Gläser wenigstens [at the very least] mit einem Papieretikett „produced from the original molds“ markieren könnte, die in einigen Reproduktionen Kemple's von Deckeldosen von [McKee](#) gefundenen Papieretiketten mit dem Text: „Split-Rib Base / Original Molds / Jeannette - 1890.“

Zur gleichen Zeit drängte Belknap auch die Westmoreland Glass Company, ihre Reproduktionen zu markieren. Während noch immer darüber debattiert wird, wann genau das Logo „WG“ eingeführt wurde, findet man in einem Katalog von 1952 folgende Feststellung:

„Westmoreland's Handmade Milk Glass Reproductions are fully identified as reproductions, and are offered to the public through established retail outlets as such. Some are from very old molds which have been in use in Grapeville for many years“. (S. 3)

Es ist wert angemerkt zu werden, dass [Westmoreland](#), anders als Kemple, tatsächlich viele seiner originalen, alten Pressformen benutzte, für viele Jahre zurück gehalten und später wieder genutzt zum Pressen neuer Gläser. Diese neuen Pressgläser sollte präzise als das bezeichnet werden, als was sie vom Unternehmen bezeichnet wurden: „[Authentic Reproductions](#)“. Tatsächlich würde ich anregen, dass wann immer neue Gläser von dem originalen Unternehmen mit seinen alten Pressformen hergestellt wurden, solche Gläser besser als „[Neuausgabe](#)“ [Reissue] statt als „Reproduktionen“ bezeichnet werden sollten.

**Eine Ausnahme sollte jedoch wahrscheinlich für Stücke gemacht werden, die in neuen Farben hergestellt wurden** [produced in „new“ colors]. Aber wenn Muster und Formen betrachtet werden, sollten Gläser eines Unternehmens aus eigenen Pressformen, die lange im Lager aufbewahrt und später wieder in der Produktion eingesetzt wurden, als „Neuausgaben“ betrachtet werden. **Wenn die Pressformen eines Unternehmens von einem anderen Unternehmen erworben und benutzt werden, sollten diese Gläser als „Reproduktionen“ bezeichnet werden.**

Beispielsweise sind im Fall [Westmoreland](#) seine Kopien von originalen Gläsern von Atterbury oder Challinor, Taylor - so getreu sie oft nach den Originalen sind - keine Neuausgaben, sondern Reproduktionen, gleich ob Westmoreland die originalen Pressformen anderer Unternehmen erworben und benutzt hat [had acquired and used the actual molds].

Um dieses Thema noch einen Schritt weiter zu verfolgen: wie die meisten Sammler wissen, wurden viele der originalen Pressformen von [Westmoreland](#) auf einer Versteigerung von einer Anzahl anderer Glasunternehmen sowie von Händlern [jobbers] angekauft, als die Fabrik 1984 geschlossen wurde. Einige der Unternehmen, die diese Pressformen erworben hatten, wie [Fenton](#) und die [Plum Glass Company](#), verfolgten eine lobenswerte Politik, indem sie die Marken „WG“ entfernten und sie durch die Handelsmarken der neuen Eigentümer ersetzten. Andere behielten jedoch oft die Marke „WG“ als sie neue Gläser mit den alten Pressformen herstellten. Sind das „Neuausgaben“ [reissues] oder „Reproduktionen“? Schon durch die Tatsache, dass sie nach 1984 und deshalb nicht von der hergestellt wurden, muss die Antwort lauten: „Es sind Reproduktionen, keine Neuausgaben.“

Oft sind nur die unterschiedlichen Farben - wenn man weiß, dass sie nicht von Westmoreland verwendet wurden - der einzige Hinweis, ob ein solches Glas mit einer Marke von Westmoreland eine wirkliche Neuausgabe [reissue] von Westmoreland oder eine Reproduktion eines anderen Unternehmens nach 1984 ist.

Ein wohlbekannter - aber keineswegs der einzige - Händler von neuen Gläsern aus alten Pressformen von Westmoreland ist das Unternehmen [Wholesale Glass Dealers, Inc.](#), in Port Vue, PA. Die Eigentümer, Helen und Phil [Rosso](#), unterhalten ein großes Westmoreland Glass Museum mit vielen Fotografien und Berichten und einer großen Zahl Formen. Von Zeit zu Zeit beauf-



tragen sie unterschiedliche Glashersteller damit, eine Anzahl von Gläsern für sie herzustellen. Viele dieser Gläser haben eine hohe Qualität und sind für sich sammelnswert [collectible in their own right]. Die Rossos preisen ihre Gläser stolz an als „Made in the U.S.A.“. Zweifellos sind sie verständlicherweise beunruhigt über Konkurrenz aus Taiwan und andere ausländische Importe.

Aber die Zusicherung über eine Herstellung in den USA ist etwas unaufrichtig [disingenuous]. Viele ernsthafte Sammler von Westmoreland Glas sind verständlicherweise darüber beunruhigt, dass neue Gläser auf den Markt kommen, von denen einige noch immer die Marke „WG“ tragen, von einem Unternehmen, das vor mehr als einem Jahrzehnt stillgelegt wurde. Sie würden wünschen, dass entweder die Marke „WG“ entfernt würde oder ersetzt durch die eigene Handelsmarke des neuen Eigentümers der Formen, so dass diese neuen Gläser nicht für Gläser gehalten würden, die tatsächlich von Westmoreland in seinem Glaswerk hergestellt wurden.

Das Fehlen von Marken der Hersteller auf so vielen alten Gläsern war lange Zeit eine Quelle der Frustration für Forscher. Aber noch ärgerlicher ist heutzutage das Auffinden einer täuschenden Marke auf einem neuen Glas, z.B. die Marke „WG“, die nicht nur die neue Herstellung [recentness] verbirgt, sondern auch den aktuellen Hersteller. Dies mögen keine „Fälschungen“ sein, wie wir die Gläser aus Taiwan mit der Marke von Heisey genannt haben, aber es sind auch **keine ehrlichen Reproduktionen** [honest reproductions].

Kann man diese „zweifelhafte“ Praxis verteidigen? Man hat den Verdacht, dass die Rossos, die selber keine Gläser herstellen, ihre Praxis mit den gleichen Argumenten verteidigen, die Kemple bei seinem oben zitierten Gespräch mit Belknap verwendet hat. Es mag haarspalterisch sein, aber wo rein finanzielle Gründe betroffen sind, neigt man dazu, die Begründung von Kemple, einem selbst mitarbeitenden [hands-on], mit Schwierigkeiten kämpfenden Hersteller, eher zu verteidigen und gewiss mehr verständlich zu finden, als die gleiche Begründung, wenn sie von einem Händler und/oder Großhändler [jobber and distributor] benutzt wird. Schließlich produzierte Kemple - zu seinem großen Verdienst - niemals unehrliche Reproduktionen [dishonest reproductions] von Deckeldosen mit Tierfiguren von McKee und markte sie mit den Signaturen von McKee. Man wollte, dass andere, Hersteller und Händler, die selbe Sorgfalt anwenden würden, um eine Täuschung unwissender Sammler zu vermeiden.

### Die Notwendigkeit genauerer Begriffe [The Need for More Precise Terminology]

Ich glaube, dass die wenigen aufgeführten Beispiele ausreichend zeigen, wie zweideutig [ambiguous] der Begriff „Reproduktion“ ist. Er übergreift eine unbegrenzte Zahl von Produkten, einige schlimm [naughty] und andere nett [nice]. Selbstverständlich werden Ihnen auch andere Beispiele begegnen: ich neige dazu, dass **Kopien [Copies]** - Sie erinnern sich, wir behandeln ausschließlich in Formen gepresstes Milk Glass - in die eine oder andere der folgenden Kategorien fallen:

**(1) Neuausgaben [Reissues]** - ich stelle sie in die Abteilung „**nett**“ [nice].

Es sind neue Gläser, hergestellt in alten Pressformen durch die ursprünglichen Hersteller, Eigentümer und Glasmacher [made from old molds by the original creators, owners, and glassmakers]. Gläser irgendeines Glasunternehmens aus alten, originalen Pressformen aus seinem Lager und wieder in der Produktion eingesetzt, sollten besser als „Neuausgaben“ statt als „Reproduktionen“ bezeichnet werden. Die alten „Specialty“ Gläser von Westmoreland, die immer wieder über viele Jahre hinweg gefertigt wurden, sind ein gutes Beispiel. Halten Sie aber fest, dass spätere Neuausgaben [later reissues], auch wenn sie vom ursprünglichen Unternehmen gefertigt wurden, selbstverständlich nicht als „antik“ betrachtet und gewiss nicht als „antik“ verkauft werden sollten.

**(2) Reproduktionen** - viele davon sind „**nett**“, aber einige kommen in die Nähe von „**schlimm**“ [naughty].

Selbstverständlich gibt es unterschiedliche Meinungen: aber neue Gläser eines Unternehmens, die von einem anderen Unternehmen in alten Formen gepresst wurden, betrachte ich als Reproduktionen. Andere haben solche Gläser als Neuausgaben betrachtet, z.B. Gläser von **Imperial** aus Pressformen von **Heisey**. Das gleiche kann man von Kopien sagen, die von **Kemple** nach Tierfiguren von **McKee** gemacht wurden - wenn wir ihm vertrauen, dass er mit seiner Feststellung glaubwürdig ist, dass er originale Formen verwendete. Weil ein genauer Vergleich der Gläser von Kemple Unterschiede zeigt, wie den breiten Rand auf der Unterseite der Deckel und den ausgestellten Rand [flare] auf der Basis aus gespaltenen Rippen [split rib base], sollten wir wahrscheinlich mindestens annehmen, dass die Pressformen von McKee etwas überarbeitet wurden [some reworking of the molds]. Andere Beispiele umfassen Gläser von **Westmoreland**, **Imperial** oder **Fenton** und anderen Unternehmen, die in alten Formen hergestellt wurden, wenn man weiß, dass diese Formen von anderen, gewöhnlich stillgelegten Unternehmen erworben wurden.

Reproduktionen dieser Art können entweder **ehrlich** oder **unehrlich** sein [honest or dishonest]. Um ehrlich zu sein, sollten die neuen Gläser ungemarkt sein, oder wenn sie gemarkt sind, sollten sie die Marke des neuen Eigentümers tragen. Wenn neue Eigentümer die originalen Handelsmarken des ursprünglichen Eigentümers weiter verwenden, sind diese Gläser im besten Fall verdächtig, im schlechteren Fall nur eine Haaresbreite von durch-und-durch Fälschungen [out-and-out fakes] entfernt.

**(3) Nachahmungen [Re-creations, Replicas]**: diese betrachte ich in den meisten Fällen entweder als „**nett**“ oder wenigstens **nicht unbedingt als „ärgerlich**“ [offensive].

Es sind neue Stücke, gepresst in neuen Formen, die nach originalen Gläsern modelliert oder gegossen wurden [modeled after or cast from] und sie sind weder gemarkt, noch werden sie mit der Absicht verkauft, das Publikum zu betrügen. Beispiele: „Robin on Pedestal base“ von **Westmoreland**, „Beehive“ honey dish von **Imperial**, „Grapes and Vine“ covered candy von **Jean-**

**nette**, und viele andere Gläser, deren Herkunft aus **Frankreich** bekannt ist [known to be of French derivation]. Eine nähere Untersuchung dieser Art von Kopien zeigt oft, dass sie nicht in den originalen Formen gepresst wurden, sondern in ziemlich neu gegossenen Formen. Wenn Kemple nicht daran festgehalten hätte, dass er die originalen Pressformen von McKee benutzte, würde ich seine Gläser, die ich oben als „Reproduktionen“ betrachtet habe, stattdessen als „Nachahmungen“ [replicas] betrachten. Wenn solche Gläser nicht betrügerisch [fraudulently] nach originalen Herstellern gemarkt sind, bilden sie für Sammler kein Problem.

**(4) Fälschungen [Fakes or Forgeries]:** kein anderes Wort für sie als „**schlimm, schlimm**“!

Es sind Produkte, erfunden um Leichtgläubige [gullible] hinter das Licht zu führen [hoodwink] und sie benutzen marktschreierisch [blatantly] jedes Mittel zur Täuschung. Die schlimmste Sorte trägt Etiketten oder eingepresste Marken der ursprünglichen Hersteller - unverändert oder manchmal nur leicht verändert. Die Heisey-Fälschung aus Taiwan ist ein Beispiel für die ungeheuerlichste [most egregious] Art der Fälschung. Das einzige „nette“ an solchen Fälschungen ist, dass üblicherweise die **Qualität des Glases so niedrig ist und die Stücke so roh gepresst** sind, dass sie ein erfahrener Sammler ohne große Schwierigkeit erkennen kann.

Wir Sammler von Milk Glass sind nicht die einzigen, die sich vor solchen Fälschungen in Acht nehmen müssen. Mit der verbesserten Technik zur Massenproduktion treten wir in eine Zeit ein, von der ich fürchte, dass wir von Fälschungen aller Arten aus der ganzen Welt überflutet werden. Vor kurzem habe ich gelesen, dass deutsche Hersteller von Zwergen mit weißen Bärten aus Ton, beliebt als Schmuck in Gärten und Rasen, ein Gerichtsurteil erstritten haben gegen polnische Hersteller, die Tausende von gefälschten Kopien solcher Figuren aus Gips und Plastik exportiert haben. Grenzwachen wurden postiert, um polnische Lastwagen und Autos zu durchsuchen, um diesen Scharlatanen entgegen zu treten.

#### **Ein neueres unangenehmes Beispiel [A Recent Troublesome Example]**

Mit diesen Kategorien von Arten von Reproduktionen im Kopf lasst uns überlegen, welche dieser Bestimmungen am besten auf ein sehr neues Beispiel passt, das Barbara Scott in dieser Ausgabe der „Opaque News“ unter der Überschrift „Reproduction Alert“ schildert. Es ist eine Deckeldose mit 5 ½ Zoll [ca. 14 cm] mit einem **ruhenden Löwen auf einer Basis mit breiten Rippen** [Wide Rib base], erhältlich in opak-weiß und in rot-orange-weiß marmorierter Farbe, von **Rosso's Wholesale Glass Dealers, Inc.** Sammler wissen, dass das Original dieses Löwen auf einer Basis mit gespaltenen Rippen [Split Rib base; s. Ferson-64] in den frühen 1890-er Jahren von der **McKee and Brothers Glass Factory** gemacht wurde.

John **Kemple** berichtet uns, dass er in den 1940-er Jahren oder um diese Zeit viele der Pressformen von **McKee** erworben hat, einschließlich der 5 Zoll hohen Deckeldosen mit Tierfiguren auf einer Basis mit gespal-

tenen Rippen [animal dishes on split rib bases] und davon einige reproduziert hat. Es ist zweifelhaft, dass Kemple die Deckeldose mit dem Löwen erworben hat. Jedenfalls hat er sie offenbar nicht benutzt, wenn er sie hatte. Die **Westmoreland Glass Company** produzierte jedoch eine Version des Deckels mit dem Löwen von McKee, entweder als Reproduktion (mit der originalen Form) oder als Nachahmung [re-creation] (aus einem neuen Guss) und verkaufte sie zusammen mit einer eigenen, traditionellen Basis mit breiten Rippen [married to their own traditional Wide Rib base].

Weil der Deckel des Löwen von Westmoreland nur sehr unvollkommen auf eine Basis mit gespaltenen Rippen von McKee passt, mit einem großen Spielraum nach allen Seiten, scheint es, dass Westmoreland entweder die originale Form von McKee veränderte oder eher wahrscheinlich, eine neue Form durch einen Nachguss herstellte [created a new mold from a casting]. Ein original signierter Deckel mit Löwen von **McKee** ist zu weit, um auf irgendeinen der älteren Böden mit breiten Rippen von Westmoreland zu passen, obwohl er gerade noch auf einen neuen Boden mit breiten Rippen passt, der mit einem Löwen-Deckel von **Rosso** herausgegeben wird.

Nun ist es schwierig zu entscheiden, wie wir die Version von Westmoreland einordnen sollen, wenn wir den Löwen von McKee als Original nehmen, und es ist noch schwieriger zu entscheiden, wie wir das neue Glas von Rosso einordnen sollen. Wenn **Kemple** die Deckeldose mit dem Löwen gemacht hätte, wäre sie ohne Zweifel wie seine anderen Tierdosen von McKee gemacht worden und wir wüssten genau, wie wir sie einordnen sollten. Nach unserer Definition wäre es eine „ehrliche Reproduktion“, also ein neues Glas eines Unternehmens, gepresst in originalen - oder leicht überarbeiteten - Pressform ohne die eingepresste Marke des ursprünglichen Herstellers. Wenn sie mit einer Marke oder einem Papieretikett mit der Bezeichnung als Reproduktion verkauft worden wäre, hätten wir den höchsten ethischen Standard festzustellen, den wir gerne gesetzlich festgelegt haben würden.

Welche Kategorie am besten auf die früheren Kopien des McKee Löwen von **Westmoreland** aus den 1950-er oder 1960-er Jahren passt, ist etwas schwerer zu entscheiden. Wenn wir wirklich wüssten, ob Westmoreland die originale Form von McKee benutzte, sollten wir den Deckel mit dem Löwen als Reproduktion betrachten und zwar als „ehrliche“, nach dem gleichen Standard wie oben bei Kemple. Wenn dazu eine neue Form gemacht wurde, einem Original von McKee nachgegossen, sollten wir den Deckel als Nachahmung [recreation or replica] betrachten. Seine Verbindung mit einem Boden mit breiten Rippen macht die ganze Deckeldose jedoch zu einer Anomalie. Aber gerade aus diesem Grund verführt die Version von Westmoreland niemanden dazu, sie für ein Original von McKee zu halten, sie sollte also nicht als eine Fälschung betrachtet werden.

Beim neuen Angebot von **Rosso**, gemacht von einem unbekanntem Glaswerk, liegt auch keine Fälschung vor. Aber ich glaube, wir sollten es als „beinahe unehrliche Reproduktion“ betrachten im Vergleich zur Reprodukti-

on von Westmoreland. Jim Slater erinnert uns daran, dass Rosso das Glas einmal vorher - 1987 - herausbrachte, damals als kobalt-blaues, nicht als opak-weißes Glas. Der Deckel mit dem Löwen ist zweifellos in einer Form gepresst, die Rosso von Westmoreland erworben hat, vielleicht mit einiger Ausbesserung oder Überarbeitung. Weil der Boden mit breiten Rippen von Rosso weiter die Marke von Westmoreland trägt - den Namen in einem Kreis mit 3 Linien in der Mitte, sowohl innen und auf der Unterseite - könnte der Boden als betrügerisch verdammt werden [could be deemed fraudulent]. Es ist wahr, dass heutige Käufer sich der Gleichzeitigkeit [contemporaneity] bewusst sein könnten und nicht dazu verführt würden, das Glas für ein Stück von Westmoreland zu halten. Aber wehe den uninformierten, zukünftigen Käufern, die die Marke sehen und annehmen, dass die Deckeldose mit dem Löwe von Rosso im Glaswerk in Grapeville von Westmoreland zu einer Zeit vor 1984 gemacht worden ist.

Um Sammlern zu zeigen, wie sich ein Deckel mit Löwen von McKee von einem Deckel von Westmoreland / Rosso unterscheidet, werden hier beide Versionen untereinander gezeigt: oben eine **gemarkte Dose von McKee**, unten eine **Dose von Westmoreland / Rosso**.

Selbstverständlich abgesehen von den Böden, sollten Sie folgende Unterschiede notieren: der Kopf des Löwen von McKee ist höher erhoben, so dass der Raum zwischen den Pranken und dem Kinn 5/8 Zoll [1,6 cm] misst, verglichen mit dem Löwen unten mit nur 3/8 Zoll [1 cm] offenem Raum. Dieser Unterschied von 1/4 Zoll [0,6 cm] entsteht durch einen gebeugten Kopf und verursacht eine Verlängerung der Nase und des ganzen Kopfes. Mir scheint, dass Westmoreland die originale Pressform in einem beschädigten oder mangelhaften [damaged or defective] Zustand erworben hat. Ob diese Form überarbeitet wurde oder ob eine vollständig neue Form durch einen Nachguss gemacht wurde, ist ungewiss.

Andere Motive des neuen Löwen von Rosso, auch von Barbara Scott notiert, sind das höhere Gewicht, das glänzende Aussehen und das schlüpfrige Äußere des Glases [glossy look and slippery feel of the glass].

Das NMGCS-Mitglied Frances Price besitzt eine **frühere Version von Westmoreland**. Diese scheinen sehr selten zu sein und wurden wahrscheinlich nie als reguläre Artikel hergestellt, da sie meines Wissens in keinem Katalog von Westmoreland gezeigt werden. In den 1950-er Jahren wurden sie in Anzeigen von P. & J. Co., Spicer, Minnesota, zum Verkauf angeboten (siehe Opaque News, Dec. 1989; in Milk Glass Book, S. 181: 1955 Anzeige von P. & J. Lamp Co.) und später um 1965-1970 von AA Importing (siehe The Glass Collector, Spring-Summer, 1983, S. 48; in Milk Glass Book, S. 181: 1983 Anzeige von AA Importing). Frances Price berichtet, dass das Glas in ihrer Sammlung einen leicht blauen Stich hat [slightly bluish tint] und dass die Fläche [slab] des Glases, auf der der Löwe ruht, nicht so dick und deshalb nicht so schwer ist wie bei dem Glas von Rosso.

Während der Löwe von Westmoreland aus den 1950-er und 1960-er Jahren einige der besonderen Details von McKee bewahrt, so die feinen Haare an der Schnauze und über den Augen, gibt es einen leichten Verlust scharfer Details. Im Vergleich fehlen dem neuen Löwen von Rosso fast alle diese feinen Details und wenigstens bei meinem Stück gibt es eine merkwürdige gerade Linie, eine Narbe fast 1 Zoll lang [2,5 cm], die schräg vom Hinterkopf des Löwen auf der rechten Seite verläuft [running athwart the hack of the Lion's head]. Wenn Sie auch ein solches Glas haben, wäre es von Interesse, ob Sie die gleiche Narbe finden.

Abb. 2005-4/171

gemarkte Dose mit ruhendem Löwen von McKee, 1890s  
Boden mit gespaltenen Rippen (Split Rib Base)  
ungemerkte Dose mit ruhendem Löwen von Westmoreland  
1950-1960s  
(Rosso 1994, mit neuer Marke „Westmoreland“)  
Boden mit breiten Rippen (Wide Rib Base)  
Opaque News, March 1995, S. 10  
s.a. Chiarenza, Milk Glass Book, S. 181 u. 182



### Einige Gedanken zum Schluss

In diesem Artikel habe ich Unterscheidungen angeregt, die ich in meinen eigenen Überlegungen mache, wenn ich der Menge der Objekte begegne, die unter dem alles umfassenden Begriff „Reproduktion“ unterschiedslos zusammen gefasst werden. Ich bin sicher, dass Sammler von Milk Glass unterschiedliche Ansichten über die von mir angeregten Kategorien haben werden. Tatsächlich brauchen wir wahrscheinlich mehr als gerade diese vier Klassen um alle möglichen Variationen der Typen von



Kopien und die Arten ihrer Herstellung abzudecken. Wie am Beispiel der Deckeldose Löwe von Rosso gesehen, ist beim Vergleich mit Kopien von Kopien, die ihrerseits ungenaue Kopien [mismatched copies] von Originalen sind, die Komplexität groß genug, jeder Definition Widerstand zu leisten. Dabei habe ich die vielen höchst sammelnswerten Stücke von **L. G. Wright** nicht einmal erwähnt, die man in mancher Hinsicht als Reproduktionen von Originalen betrachten kann und die in anderen Fällen mit unpassenden Deckel und Böden Anomalien sind. Meine Anregung ist, dass Sie sich Ihre eigenen Kategorien, Ausdrücke und Definitionen schaffen.

**Ich genieße das Sammeln von echten Milk Glass Reproduktionen in guter und hoher Qualität, ob als Neuausgaben [reissues] oder als Nachahmungen [replicas].** Sie sind nicht nur berückend anziehend und [Übersetzung SG]

sammelnswert aus eigenem Recht, sondern machen manchmal ersehnte Stücke beschaffbar, wenn der Preis von antiken Originalen meine Mittel übersteigt. Oft werden sie auch in sehr begrenzten Mengen herausgegeben und können mit der Zeit so selten und fast so teuer wie Originale werden.

Meine einzige Ausnahme ist, sich vor ausgesprochenen Fälschungen in Acht zu nehmen, außer selbstverständlich, wenn man gerade Fälschungen sammelt. **Vielleicht kaufen Sie Fälschungen zum ernsthaften Studium und zur Forschung.** Erinnern Sie sich jedoch daran, dass Sie beim Erwerb von Fälschungen Geld in die Taschen derjenigen stecken, die Fälschungen herstellen und verkaufen, und sie so geradezu ermutigen, weiter Fälschungen zu produzieren und zu verkaufen. Ich kann mir keinen verwerflicheren Zirkel denken und ich bekenne mich schuldig, dass ich darin ein Teil bin.

#### Siehe auch:

- PK 1999-2 Chiarenza, SG, Robin on Pedestal Base - Varianten der Deckeldose mit einer Taube auf dem Nest**
- PK 2000-2 Chiarenza, Der Britische Löwe (und andere Löwen aus Pressglas)**
- PK 2000-2 Chiarenza, Felis Leo in Glas**
- PK 2000-6 SG, Zwei interessante Anzeigen in Glass Collector's Digest: Replikat von Deckeldosen von Rosso**
- PK 2001-3 O'Connor, Rosso's Wholesale Glass: A Family Business**
- PK 2001-4 Felt, Augustus H. Heisey & Co., Newark, Ohio, und seine Konkurrenten**
- PK 2004-3 Marshal, Perhaps Our Favorite - eine Dose mit liegender Kuh auf einem Korb von Gebrüder von Streit, Berlin, um 1900**
- PK 2004-4 Carmony, Zwei Milk Glass Stücke, eines ein Schnäppchen, eines ein Reifall (Fälschung Deckeldose „Heisey“ aus Taiwan)**
- PK 2005-4 SG, What is an Original, a Reproduction, a Copy, an Imitation, a Fake, a Fraud of Pressed Glass?**
- PK 2005-4 Chiarenza, Reproductions: Naughty or Nice? [Reproduktionen: schlimm oder nett?] siehe auch englische, französische und tschechische Übersetzungen in [www.pressglas-korrespondenz.de](http://www.pressglas-korrespondenz.de)**
- PK 2005-4 SG, Original, Reproduktion, Kopie, Nachahmung, Fälschung, Betrug ... bei Pressgläsern siehe auch englische, französische und tschechische Versionen in [www.pressglas-korrespondenz.de](http://www.pressglas-korrespondenz.de)**
- PK 2005-4 Smith, Originale, Reproduktionen, Neuausgaben, Kopien, Fälschungen von Pressglas siehe auch englische, französische und tschechische Übersetzungen in [www.pressglas-korrespondenz.de](http://www.pressglas-korrespondenz.de)**