

# *Inhaltsverzeichnis*

Vorwort . . . . .	5
Einleitung . . . . .	9
Carl Tielsch: Auf- und Ausbau seiner Porzellan- manufaktur . . . . .	10
Egmont v. Tielsch: Der ältere Sohn und Nachfolger . . . . .	14
Sein Charakter, graphologisch skizziert . . . . .	16
Erweiterung des Betriebs . . . . .	19
Die Manufaktur nach dem Zweiten Weltkrieg . . . . .	21
Die Nachkommen des Gründers . . . . .	24
C.T.-Porzellanmarken allgemein . . . . .	25
Übersicht aller C.T.-Markenzeichen (Mz.) in zeitlicher Folge zusammen mit ausgewählten Produkten in Bild und Wort . . . . .	27
Nach 1945 in Polen verwendete Markenzeichen . . . . .	98
Zahlen und Buchstaben . . . . .	99
Minderzahl: Die Bedeutung der unmittelbar unter einem Mz. stehenden Ziffer . . . . .	100
Das Nummern- und Zahlenspiel im Hauptkatalog 1914 . . . . .	101
Figuren . . . . .	103
Gedecke und Services mit verschiedenen Markenzeichen . . . . .	106
Besonderheit . . . . .	112
C.T.-Preisverzeichnisse in Auszügen . . . . .	114
1. Das Preisverzeichnis von 1856 . . . . .	114
2. Die Spezial-Preisliste von etwa 1910/13 . . . . .	123
3. Der Hauptkatalog 1914 . . . . .	123
4. Der Hotelgeschirr-Katalog, Ausgabe E, 1926 . . . . .	134
Zum Verwechseln ähnliche Adlermarken anderer Porzellanmanufakturen . . . . .	139
C.T.-Markentafel . . . . .	141
Literatur . . . . .	145
Abbildungsnachweis . . . . .	145