

40 Jahre Arbeitskreis Markenheftchen

Der Arbeitskreis Markenheftchen e. V. (akmh) besteht mittlerweile seit 40 Jahren! Zum 40-jährigen Jubiläum möchte ich ausgewählte Sachgebiete des akmh einmal vorstellen:

Die meisten Markenheftchensammler wissen natürlich, dass das erste deutsche Markenheftchen am 1. November 1910 von der Reichspost ausgegeben wurde. Aus heutiger Sicht könnte man sagen „das wurde aber auch Zeit“, denn die ersten Markenheftchen weltweit kamen schon zehn Jahre früher an die Posthalter. Bereits im Jahr 1900 konnte man in der USA, in Canada und auf den Philippinen Markenheftchen kaufen. Und für den Zeitraum von 1900 bis 1909 kennen wir ca. 50 Länder, in denen Markenheftchen ausgegeben wurden. Die Reichspost zählte also nicht zu den Schnellsten.

Allerdings muss man korrekterweise erwähnen, dass man sich mit dieser neuen Verkaufsform mindestens seit dem Jahr 1900 beschäftigte. Nachdem schon zuvor von privater Seite Vorschläge für Markenheftchen an die Reichspost herangetragen wurden, reagierte man von offizieller Seite unmittelbar nach Ausgabe der ersten drei USA-Markenheftchen. Am 23. Mai 1900 bat man das US-Post-Office um Zusendung von MH-Mustern. Der Wunsch wurde prompt erfüllt, sodass man bereits am 29. Juni 1900 die Reichsdruckerei mit der Herstellung einiger Probeheftchen nach amerikanischen Vorbild beauftragen konnte.



*VersuchsmH 1-3
(Quelle: Archiv für Philatelie, Bonn).*

Am 11. Juli 1900 wurden dem Reichspostamt dann die ersten Versuchs-Markenheftchen vorgelegt, mit dem Hinweis, dass sich die Kosten für 100 000 Markenheftchen auf 2 ½ Pf. pro Heft belaufen würden.

Das war offensichtlich der Grund, weshalb das MH-Projekt nicht realisiert wurde, denn man vermutete, dass die Postkunden die Produktionskosten nicht akzeptieren würden.

Interessant ist, dass für die Versuchs-Markenheftchen, die ja nur in ganz geringer Stückzahl hergestellt wurden, keine Heftchenblätter aus den normalen Schalterbogen verwendet wurden. Man druckte speziell zu diesem Anlass besondere Bogen (Markenheftchenbogen), die sich durch den fehlenden Randdruck von den Schalterbogen unterschieden.



VersuchsmH-Heftchenblatt mit MiNr. 56 (Quelle: 365. Köhler-Auktion).

In den folgenden Jahren gab es von privater Seite immer wieder Anfragen und Anregungen zur Ausgabe von Markenheftchen. Erst Jahre später kam man bei der Reichspost auf die Idee, dass die Herstellungskosten durch Firmenwerbung finanziert werden konnten. Es standen Werbeflächen auf den Deckelseiten, den Zwischenblättern und etwas später auch auf den Heftchenblättern zur Verfügung.

(Quelle Infos: teilweise aus dem Bundesarchiv Berlin)

Sachgebiet Folienblätter

Folienblätter (FB) sind Kleinbogen mit selbstklebenden Marken. Sie sind das Ergebnis des mehrjährigen Pilotprojekts „Geblisterte Markenheftchen“. Im Zuge der Rationalisierungsmaßnahmen entstanden zum Ende der Versuchsperiode die sog. PLANO-Produkte im Format 9 x 13 cm. Das sind die Folienblätter, vorderseitig mit einer Abbildung und der Inhaltsangabe und rückseitig den selbstklebenden Marken, oder die doppelt so großen Markenheftchen: 2 x 9 x 13 cm mittig gefaltet. Man könnte die Folienblätter auch als nicht gefaltete Markenheftchen ansehen.

Das erste FB (MiNr. FB 1, Inhalt 10 x 90 ct., Motiv Narzisse) ist im August 2008 erschienen, mit den gleichen Marken wie das MH 61 vom Januar 2006. Seither haben Folienblätter einen unvergleichlichen Siegeszug erlebt. Im November 2020 bescherte uns die Post bereits die FB 101 und FB 102. Das sind über 100 FB in nur 12 ½ Jahren!

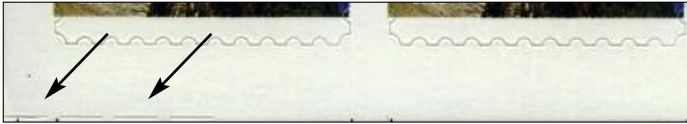
Was ist für den Spezialisten an diesen FB so faszinierend?

Die drei Hersteller der überwältigenden Mehrheit der Ausgaben, Bagel Security Print (BSP), Giesecke & Devrient in Leipzig (GDL) und die Bundesdruckerei in Berlin (BDB), verwenden unterschiedliche Druck-Sätze und -Techniken, sowie unterschiedliche Schneide- und Verpackungs-Methoden.

Das kann man anhand von vielen Besonderheiten der Folienblätter veranschaulichen.



Gelbe oder weiße Ränder oben bzw. unten findet man nur bei verschnittenen FB, die in der BDB hergestellt wurden.

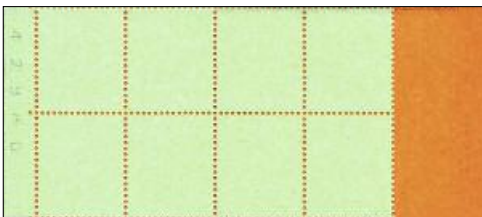


Markierungen zur Positionierung der Markenbilder oder Schlitze als Spuren von Halte- Werkzeug findet man nur bei Fehlschnitten der FB von BSP.

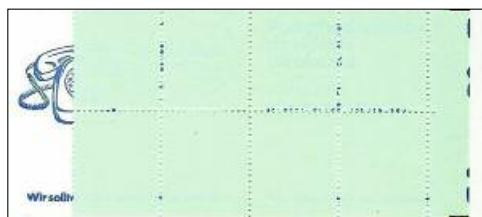
Dazu gibt es natürlich viele Markendruck- und Platten-Fehler zu erforschen.

Versuchsjustier- / Probe- und Vorlage-Markenheftchen

Zum Gebiet der Postautomation zählen auch die Markenheftchen. Diese sollten in den 60er und 70er Jahren des 20. Jahrhunderts einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, insbesondere außerhalb der Schalteröffnungszeiten der Postämter. Markenheftchen sind in der Philatelie ja schon seit über 100 Jahren bekannt, wurden aber bis zu diesem Zeitpunkt noch nicht organisiert über Automaten verkauft. So suchte man nach einer Möglichkeit, die „Vorratspackung“ an den Kunden zu bringen. Hieraus resultierten die kleinformatischen Markenheftchen und die dafür notwendigen Abgabeautomaten. Da diese Automaten auf Grund ihrer Mechanik und der Beschaffenheit der Markenheftchen sowohl justiert als auch gewartet werden mussten, und man keine postgültigen Markenheftchen mit Briefmarken dafür „verschwenden“ wollte, sind wohl die so genannten „Versuchsjustier-Markenheftchen“ (VJ-MH) entstanden.



VJ-MH 18/19 schwache RZ auf HBL-Rand.



VJ-MH 20 c mit Randstrichen in blau!

Bei den VJ-MH handelt es sich häufig um Markenheftchen-deckel, die aus der laufenden MH-Produktion stammten, aber für diese Wartungsarbeiten mit Heftchenblättern (HBL) aus nicht bedrucktem Papier in diversen Farben versehen wurden. Bis zum VJ-MH 20 aA wurden hierzu die HBL aus Bogen getrennt (deshalb sind die Leerfelder auch meistens vierseitig ge-

zähnt) und manuell in die MH-Deckel eingeklebt. Ab dem VJ-MH 20 aB wurden die VJ-MH dann, genau wie die normale Produktion, über eine Maschine im Endlosrollen-verfahren hergestellt. Dadurch treten auch erst ab diesem Zeitpunkt in den VJ-MH die bekannten Besonderheiten wie spitze und breite Ausgleichszähne, große und kleine Marken, Zählbalken und viele andere Besonderheiten auf. Aber auch ausgefallene VJ-MH ohne Deckeldruck oder mit doppelter Heftchenblattbreite sind bekannt geworden.

Einen besonderen Hinweis gibt es noch zu den Leerfeldfarben: Hier zeigt sich eine Parallelität zu den Leerfeldfarben bei den Rollenmarken. In allen Epochen der Rollenmarken und Markenheftchen treten die neuen Leerfeldfarben bei Rollenden und VJ-MH in einem sehr engen Zeitraum gemeinsam zum ersten Mal auf. Egal ob helltürkis, gelbtürkis, blautürkis oder hellgelbgrün bei den Rollenmarken als neue Leerfeldfarbe bekannt wurde, wenige Monate später erschienen die neuen VJ-MH mit H-Blättern in der gleichen Farbe. Die Bundesdruckerei hat für beides die gleichen Papiervorräte verwendet. Man muss sich darüber im Klaren sein, dass diese VJ-MH eigentlich nur zum Post internen Gebrauch vorgesehen waren und damals nach Sprache der Deutschen Bundespost „widerrechtlich“ in philatelistische Hände gelangt sind. Anfang der 80er-Jahre soll die Post auch gerichtlich gegen Handelsangebote vorgegangen sein, es sind aber keine weiteren Maßnahmen bekannt geworden.

Auch gibt es sogenannte Maschinenprobe-Markenheftchen (MP-MH) der Maschinenbaufirma Göbel (Darmstadt). Die Firma Göbel stellte u.a. Druckmaschinen her und führte entsprechende Tests durch. Zu diesen Vorgängen gibt es leider keinerlei Unterlagen mehr, da die Firma schon vor Jahren den Betrieb eingestellt hat und angeblich alle Unterlagen vernichtet wurden.



Göbel: MP-MH 22 s blau/rot mit ZB.

Von den VJ-MH und MP-MH sind aber die so genannten Vorlage-, Druckmuster- oder Papiermuster -MH zu unterscheiden. Diese MH weichen häufig in Druckfarbe und Druckbild oder auch der Struktur und Qualität der Deckel von den MH aus der normalen Produktion ab, haben aber auch häufig Leerfelder als HBL.



Druckmuster MH 13 e.

Sie galten als Entscheidungshilfe für das endgültige Aussehen der MH. Diese MH sind in einem weiteren, sehr umfangreichen, Schritt gesondert zu betrachten.

MH-Deckel-Varianten und Deckeldruckfehler (DDF)

Um richtige Forschungsarbeit leisten zu können, muss man sich nicht nur die Heftchenblätter ansehen, sondern auch die dazugehörigen Markenheftchendeckel.

Gerade sie sind es größtenteils, die besonders augenfällige und zum Teil seltene Varianten der MH-Auflagen hervorrufen.

Zu erwähnen sind da als besonders bekannte Markenheftchen: Berlin MH 11 ca bis 11ed (Beispiel: Abbildung MH 11 dc) oder Bund, teilweise ab MH 22 x, deren Unterscheidungsmerkmale auf Setzfehlern – und darauf folgenden Deckeldruckfehlern (DDF) – basieren.

Aufgrund eines umfangreichen Vorrats an leeren MH-Deckeln sowie durch Studium von diversen MH-Handbüchern und den von Herrn Günther Nierbauer in den 80er-Jahren herausgegebenen Übersichten der DDF der Markenheftchen Unfallverhütung, Burgen & Schlösser sowie Sehenswürdigkeiten konnte bereits der Nachweis für die Systematik von DDF erbracht werden.

Diese sind in vollständiger Form bisher noch nicht veröffentlicht worden, da es sich um eine sehr zeitaufwändige und umfangreiche Aufgabe handelt. Außerdem werden zwecks gesicherter Nachweise vor allem Deckel der MH mit den geringeren und selteneren Auflagen, z. B. MH Berlin 11 d + e immer noch benötigt. Ein Leitfaden zur systematischen Untersuchung von MH-Deckeln liegt vor und kann beim akmh angefordert werden. So kann man selbst ganz einfach in das spannende Forschungsgebiet der Deckeldruckfehler einsteigen!



MH 11 de mZ von Berlin mit höher stehendem „t“ in „Versandstellen“ und gleichzeitig Querstrich des „t“ in „Deutsche“ tiefer stehend.

Privatpost-Markenheftchen

Das Sammelgebiet Privatpost-Markenheftchen ist ein neues Gebiet, auf dem sich Markenheftchensammler tummeln können. Zum Ende des Beförderungsmonopols der Deutschen Post wurden nach und nach mehrere Privatpostdienstleister aktiv. Um Briefe und Pakete aber selbst versenden zu können, wurden dann auch eigene Briefmarken und Markenheftchen hergestellt. Diese gab es aber bereits ab dem Jahr 1996, denn dann wurde das erste dieser MH vom Deutschen Paketdienst (DPD) herausgegeben

Da die Privatpostdienstleister keine eigenen „Postfilialen“ haben, werden die Briefmarken oft in Supermärkten verkauft. Der Verkauf erfolgt aber nicht bundesweit, sondern nur in den Ge-

schäften, die im regionalen Zuständigkeitsbereich der privaten Postdienstleister liegen. Daher ist es für den Sammler schwierig, alle Ausgaben zu erhalten, denn nicht jede Privatpost ist in allen Regionen Deutschlands tätig.

Der interessierte Sammler hat jedoch die Möglichkeit, über den akmh mit Gleichgesinnten Kontakt aufzunehmen, um durch Tausch die eigene Sammlung aufzubauen. Dabei ist stets zu bedenken, dass die Auflage dieser MH oft weniger als 10 000 Stück beträgt!

Torsten Papke / Arbeitskreis Markenheftchen



MH der Citipost Hannover (2013).

Arbeitskreis Markenheftchen

Der Arbeitskreis Markenheftchen e. V. (akmh) wurde 1980 gegründet und ist seit 25 Jahren eine Arbeitsgemeinschaft im Bund Deutscher Philatelisten. Seine ca. 180 Mitglieder kommen aus allen Teilen Deutschlands, einige aus dem übrigen Europa. Die Mitglieder widmen sich intensiv dem Sammeln und Erforschen von Markenheftchen, Zusammendrucken und Folienblättern jeglicher Art. Hierbei kümmert sich ein „akmh-PLF-Team“ besonders um Abweichungen wie z. B.: Plattenfehler, Besonderheiten in der Herstellung und Teilaufgaben. Um Forschungsergebnisse der Sammler besser abklären zu können, pflegt der akmh gute Kontakte zur Bundesdruckerei, zum Archiv für Philatelie in Bonn, zum zuständigen Verbandsprüfer und zur Michel-Redaktion. So ist das Michel-Handbuch Markenheftchen • Alliierte Besetzung • Bund • Berlin durch wesentliche Mitarbeit von Mitgliedern des akmh entstanden. Von der komplett in Farbe hergestellten Vereinszeitschrift INFO erscheinen jährlich 5–6 Ausgaben, in der neuste Entdeckungen und Besonderheiten der Markenheftchenphilatelie präsentiert werden.

Der akmh nimmt das 40. Jubiläum zum Anlass, seine Jubiläums-INFO allen Interessierten als PDF-Datei zukommen zu lassen. Übrigens: Über einen Gutschein erhalten neue Mitglieder einen Rabatt von 50 Prozent auf den ersten Jahresbeitrag! Mehr dazu auf www.akmh.de oder auf Anfrage per E-Mail an apapke@akmh.de.