

Blumenwert 345 Cent „Vergißmeinnicht“ – Schnellschuß eher ein Rohrkrepiierer

Ahnungslosigkeit und Unklarheiten in Bonn – auch Raffgier?

Deutschland aktuell 13-2017

Völlig überraschend kündigte die Deutsche Post heute, am 26. Juni, für den August-Neuheiten-termin eine weitere Ergänzung zu ihrer Blumen-Dauerserie an. Die Nominale dieser Marke mit dem Motiv „Vergißmeinnicht“: 345 Cent.

Der kundige Modern-Postgeschichtler mochte erst glauben, daß die Post für den Herbst mal wieder kurz ein neues Frachtprodukt auf den Markt schmeißt – wie im November 2014 / 1. Januar 2015 mit dem Kleinpäckchen bis 1 kg geschehen. Tatsächlich ändern sich bzw. haben sich im Gütertransport von DHL einige Entgelte geändert – doch das schon zum 1. Januar des Jahres (Ging in den Jubelarien der Systempresse über den Kursverlauf der „gelben“ Aktie aber völlig unter!).

Doch dann wurde schnell klar, daß es sich nur um die Bezahlung für den Versand eines Zustellungsauftrages handeln kann. Das Entgelt für dieses längst nicht mehr nur von der staatlichen Post bereitgestellte Sendungsprodukt hat exakt diese Höhe von 345 Cent – seit dem 1. Juli 2007. Seit diesem Datum gewährt die Post auch Rabatte bei regelmäßigen Mengenauflieferungen von mehr als 5000 Stück.

Diese Freimachungshöhen von zum Beispiel 219 Cent (mind. 72.000 Sendungen im Kalenderjahr) konnten bislang ebenfalls mit dem Verkleben von Briefmarken – vollständig – entgolten werden – wenn dem Absender das nicht zu mühselig war. Philatelie-Digital hat in der Vergangenheit so einen Beleg mit einer 220-Cent-Markenverwendung vorgestellt.

Die Markenverwendung bei dieser traditionsreichen deutschen Sendungsart starb sozusagen ihren Tod am 1. September 2016. Zu jenem Tag wurde das Briefprodukt mehrwertsteuerpflichtig.

Bedeutet: Die fällige Umsatzsteuer wird bei Einlieferung am Schalter bar oder durch Überweisung eingezogen.

Doch wie wunderbarlich: Wer heute, an diesem Juni-Tag, auf die Postwebseite zu diesem Produkt geht und unter FAQ die Antwort auf die Frage „11. Wie wird die Umsatzsteuer abgerechnet?“ anklickt, erhält keine!! Statt dessen sieht er ein Leerzeichen! Was soll das?

Doch zurück zur Entrichtung des Portos (s. Einzelheiten in: **Fast ein „Briefmarken-Aus“ für Postzustellungsaufträge**, **Philatelie-Digital 13-2016, Suchwort: PZU**). Gemäß der Einlieferungsbestimmungen bei z.B. markenfrankierten Sendungen ist eine Aufgabe nur in der Postfiliale oder bei einer Großannahmestelle/BZ und auch nur mit der Vorlage einer Einlieferungsliste möglich. Selbstredend gilt das auch für Sendungen mit diesem neuen Blumenwert zu 345 Cent. Für den Postkunden ist jedoch mit dem Aufkleben der Marke die Aufgabe bzw. Bezahlung der Sendung nicht erledigt, er muß noch die MWSt entrichten! Vor dieser Kalamität im Falle gerade von Einzelsendungen hat die Post mit der Einführung der sog. „Produktmarke“ im vergangenen September vorsorgen wollen: In dieses Label-Wertzeichen ist die MWSt bereits eingepreist.

In Bonn und nahen Stellen zeigte man sich im Zusammenhang mit der jetzt nun geplanten Markenneuheit über diese schlichte „Schalter“-Tatsache erstaunt, nach der Art „Müssen wir nachhaken.“

Mehrere Fragen, gerade für den Sammler, stellen sich: Läuft der Labelverkauf nicht, weil die Werbung dafür nicht zündet? Und was für ein Griff in die Sammlertaschen! Die Neuheit dient nur einer marginalen Postbenutzerklientel. Zu 99,9% des Postalltags läßt sich die Marke überhaupt nicht sinnvoll nutzen. Aber der Sammler benötigt sie, weil er mit seiner Sammlung komplett sein muß. Ein Husarenstück! Soll es trösten, daß diese 345-Cent-Neuheit offensichtlich nur in 10er-Bogen und nicht in Rollen erscheint? Wie, keine Rollenkonfektionierung? So sieht es nach der Neuheiteninformation auf der Briefmarken-Vorschauseite der Versandstelle aus! Der Überraschungen kein Ende! ■



Geplanter Ausgabebetrag für eine der deutschen Blumenarten mit dem lat. Namen „myosotis“: 10. August 2017.