Sonderpostwertzeichen, Ausgaben 2. April

Alle Marken im Mehrfarben-Offset auf gestrichenem weißem fluoreszierendem DP2-Papier.

<u>Sondermarken ohne Zuschlag</u>

„200. Geb. Otto von Bismarck“,

Nennwert: 62 Cent; Format: 44,20 x 26,20 mm; Entwurf: Professor Dieter Ziegenfeuter, Dortmund; Druck: Bundesdruckerei GmbH, Berlin. – Der Reichskanzler und ehemalige preußische Ministerpräsident schuf unter den gegebenen Machtverhältnissen die kleindeutsche Lösung bei der Reichsgründung. Sein Wirken (drei Jahrzehnte! Nur nebenbei: Wer kennt heute noch die Minister der letzten Merkel-Regierung?) und Wollen sind heute Gegenstand ernstzunehmender geschichtlicher Forschung (eines Teils). – Die Marke ist außerordentlich gut gelungen. Glückwunsch von Philatelie-Digital nach Dortmund!
> Entgelt für Standardbrief-Inland

„150 Jahre Max und Moritz“

Nennwert: 62 Cent; Format: 39 x 33 mm; Entwurf: Greta Gröttrup, Hamburg; Druck: Giesecke & Devrient GmbH, Werk Wertpapierdruckerei Leipzig. – Die Bildergeschichte von Max und Moritz wurde in über 300 Sprachen und Dialekte übertragen. 1865 veröffentlichte Wilhelm Busch diesen frühen „Comic“ mit den zwei bösen Buben, die sich gegen die Welt der Erwachsenen auflehnen. Aus der Sicht von 2015: Erneut eine Marke zu und über diesen begnadeten Zeichner und intelligenten “Sprücheklopfer“ („Der Neid ist die aufrichtigste Form der Anerkennung“). Frage: Warum nicht gleich jedes Jahr eine „Wilhelm-Busch“-Marke? – Das Format 33x39 mm kommt erstmals waagerecht zur Anwendung!
> Entgelt für Standardbrief-Inland

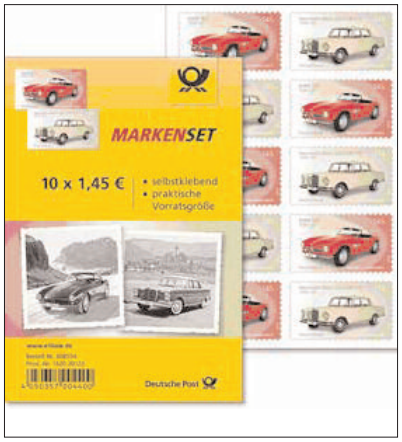
„Klassische deutsche Automobile“

Nennwerte: je 145 Cent; Format: 44,20 x 26,20 mm; Entwurf: Thomas Serres, Hattingen; Druck: Bagel Security-Print GmbH & Co. KG, Mönchengladbach – Peinlich, peinlich. Nicht die Einfallslosigkeit ist gemeint, nach der – gekonnten Ausreizung des Themas: bundesdeutsche Oldtimerautos in den Jahren 2002 und 2003 – nun erneut mit solchen Marken aufzuwarten. Natürlich sind die Marken höchst anschaulich und kaufanreizende Bildtableaus. Doch werden die neuen Stempelmaschinen für Großbriefe in den Briefzentren ihnen mit ihrem scheußlichen Abdruck schon zeigen, wo die Harke ist!
Natürlich, der Mercedes mit Haifischflosse, „220 S (W111)“ – wer stand als kleiner Junge nicht respektvoll vor diesem „Riesenauto“ und dem Tachometer 200 oder 220, aus dem für eine Kleinstadt bedeutsam scheinende Männer zu steigen pflegten? Doch wir haben Jetztzeit. Und da gilt ja wohl die Frage: Zwei 145 Cent-Marken, wo eine dieser Nominalen genügt hätte? Oder will die Post den aktuellen Blumenwert ersetzen? Oder wie oder was?
Dann, dieser erneut so launige Bonner Beschreibungstext: „Design-Ikone“ BMW 507, u.a. Ursula Andress und Alain Delon fuhren ihn (noch immer?) Egal. Der Text sagt es selber: Bei in vier Jahren 254 gebauten Exemplaren „ein Flop“. Wie jetzt, ein Flop ist ein „Autoklassiker“,

den keiner kennt? Der aktuelle Z8, weiß der Schreiber, nehme hinsichtlich „Kühlergrill“ und „seitlichen Lufteinlässen“ Elemente des „507“ auf. Und das ist schon „klassisch“? Das ist vielmehr die „klassische“ Suche nach Bedeutung für den eigenen dürftigen Markenmotiveinfall. Mit weiteren dieser Art ist zu rechnen, von „Serie“ ist ja auch die Rede. Warum nicht gleich ein Zusammendruckbogen, Herr Brandes (Bonner Post-Tower)? Nein, ein Markenset mit Gesamtnominale 14,50 Euro und gesondert zu sammelnden selbstklebenden Marken tut´s ja auch schon.
> Entgelt für Großbrief-Inland

Bogenanordnung für alle Marken: 2 x 5 Marken

Weitere Neuheiten



Folienblatt (FB)

MARKENSET „„Deutsche Automobile der 50er“
10 selbstklebende Sondermarken, fünf Motive „BMW 507“ und „Mercedes-Benz 220 S (W111)“ aus der Serie „Klassische deutsche Automobile“
Ausgabetag: 2.4.2015; Gesamtpreis: 14,50 Euro. Druckort: wie naßklebende Marken. Markenbilder identisch mit der naßklebenden Neuheit vom selben Ausgabetag, im Format aber kleiner: 39,00 x 22,40 mm (wie üblich bei sk-Ausgaben von Sondermarken). Druck: dito Bagel, M´Gladbach

Ganzsachen

Gedenk-Ganzsache „*10. Todestag Papst Johannes Paul II.*“
Ausgabetag: 2.4.2015;
Wertstempelbilder: 55-Cent-Sondermarke „XX. Weltjugendtag Köln“, Gemeinschaftsausgabe Deutschland-Vatikan vom 2.6.2005 sowie Automatenmarke Motiv „Post Tower Bonn“, 7 Cent;
Mehrfarben-Offsetdruck der Firma Deutscher Philatelie Service GmbH, Wermsdorf;
Verkaufspreis: 80 Cent.
Die Illustration zeigt links, so der Ankündigungstext, „Papst Johannes Paul II. auf seiner vierten Polenreise im Jahre 1991 und rechts Papst Benedikt XVI. auf dem Weltjugendtag 2005 in Kerpen“. –

Einmalmehr Fragen von **Philatelie-Digital**, auf die bitte KEINE Antworten folgen: Folgen dann auch Ganzsachen zum 20., 25. oder 50. Todestag? Überhaupt: Was hat Deutschland mit dem Würdigen von päpstlichen Todestagen zu schaffen? ■