

Spaniens neuer Posttarif kommt klammheimlich Normalbriefpreise durchschnittlich 11,5 % teurer

Offensichtlich ohne jede Frühwarnung, auch nicht über das eigene Webinformationssystem, hat die spanische Post für 2015 neue Briefgebühren bekanntgegeben.

Mit einiger Berechtigung darf *correos.es* darauf vertrauen, daß der Kunde weiß, woran er mit ihr ist. Heißt: Seit 1999 bis heute haben sich die Preise sowieso in jedem Jahr geändert! Mit zwei Ausnahmen (Unterbrechung von einem Jahr) ist dieses Preisgeschehen sogar schon seit 1979 bittere Realität. Wer das mit dem Beginn von 14 Jahre sozialistischer Regierung unter Felipe Gonzales (1982-1996) in Verbindung bringen möchte, liegt so falsch nicht, erst recht, wenn man noch die Regierungszeit von José L. R. Zapatero (2004-2011) hinzu rechnet. Doch auch die konservativen Regierungen (Aznar, derzeit Rajoy) konnten am mangelnden Kosten-Management dieses wie das der anderen ehemaligen (Telefónica) und noch immer staatlichen Kolosse (RTVE = Fernsehen, Radio) nie wirklich etwas ändern. Doch zu den neuen Preisen.

Der Inlandsbrief bis 20 Gramm kostet nach 37 Cent jetzt 42 Cent (11,4%), die Sendung in die Zielzonen „Europa“ 90 Cent (bisher 75 c; +12%) und „übrige Länder“ 1 Euro (90 c, +11%). Ermäßigte Briefprodukte (Einzelsendung) kennt die spanische Post schon lange nicht mehr, Die Postkarte als preiswertere Sendungsart als der Brief verlor mit dem Tarif vom 4. November 1990 ihre tarifliche Eigenständigkeit.

Sonderdienste jetzt mit ausgewiesenen Preisen

Einschreiben („R“) erfahren ihre erste Neuerung dadurch, daß die Preise (für In- und Ausland) erstmals gesondert ausgewiesen werden. In den letzten Jahren gaben die Tarife Komplettpreise je Sendungsgewicht an. Die neuen Entgelte lauten jetzt 2,42 Euro bzw. 2,81 Euro. Bezogen auf den 20-Gramm-Brief: Kostete 2014 ein Einschreiben-Standardbrief Inland 2,72 Euro, so sind es jetzt in der Gesamtsumme 4 % mehr, nämlich 2,84 Euro. Die übrigen Preise: Europa: 3,30 Euro (2014), neu: 3,71 Euro (+12,4%), Welt 3,45 Euro (2014), neu: 3,81 Euro.

Für die mehrwertsteuerbelastete „*carta urgente*“ (Eilbrief; MWSt.-Erhebung jedoch nicht bei den Inlandszielen Canarias, Ceuta, Melilla, Andorra) gilt das gleiche wie bei der R-Sendung. Die Grundbeträge inkl. MWSt. lauten jetzt 2,66 bzw. 2,96 Euro (In-/Ausland). Aber: aufgepaßt!

An die ersten Zeilen des volkstümliche Liedes „Gold und Silber lieb ich sehr“ fühlt man sich bei diesem selbstredend „innovativen“ Produkt erinnert: In dem Lied geht es so weiter: „Könnt es auch gebrauchen, hätt ich nur ein ganzes Meer, mich hinein zu tauchen; s'braucht ja nicht geprägt zu sein“. Ist sie aber, die „prueba“. Kein Postwertzeichen, klar, aber in jedem Falle den spanischen Sammelmarkt rettend...



Im Ergebnis bedeutet das sogar auch mal eine Tarifsenkung! Seit Januarbeginn werden diese Beträge bei 20-Gramm-Sendungen fällig:

- National – 3,08 Euro (2014: 3,15 €); Andorra, etc: 2,62 Euro (2,20+0,42 €)
- Europa – 3,86 Euro (2014: 3,71€); Nicht-EU-Ziele: 2015: 2,45 Euro Zuschlag + 0,90 Euro = 3,35 Euro (2014: 3,07 €)

Die Regelung im 2015er Tarif lautet: *„Los envíos de la Zona 1 con destino países fuera de la UE y los de la Zona 2 estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos“*. 2014 war sie schlüssig, da stand dieser Satz allein bei den Europa-Entgelten: *„Los envíos con destino países fuera de la UE estarán exentos de la aplicación de impuestos indirectos.“*

Es bleibt jedoch dabei, daß Eilbriefe in alle Ziele außerhalb der Europäischen Union mehrwertsteuerbefreit sind. Für Ziele „Welt – übrige Länder“ bedeutet das 2015: Bei einem MWSt.-befreiten Eil-Zuschlag in Höhe von 2,45 Euro plus 1 Euro für die 20-g-Briefsendung macht das 3,45 Euro. 2014 waren insgesamt 3,76 Euro zu zahlen, hier ergibt sich folglich eine Preissenkung von 9,2 Prozent. Wie läßt sich diese frappante Günstigerstellung erklären? Nur damit, daß die Menge an Normal-Eilsendungen in Nicht-EU-Ziele verschwindend gering ist und die daraus resultierenden Mindereinnahmen nicht ins Gewicht fallen.

In bezug auf die Versorgung mit Dauermarken – die aber im Postalltag dank der Schalter-Barfreimachung „Franqueo Pagado en Oficina“ ziemlich irrelevant geworden ist – ist die Preisfestlegung im Grunde nicht die schlechteste. Die 90er gibt es aus dem letzten Tarif, die 1-Euro-Marke aus einer früheren Trance mit „Juan-Carlos“-Marken, nur den Wert zu 0,42 Euro muß man neu herausgeben: Doch mit welchem Bildnis? Juan Carlos I. hat 2014 abgedankt. Von der Herausgabe dieses im Grunde wichtigen Standardwertes ist auch 2. Januarwoche nichts zu sehen! Immerhin, am 2.10.2012 informierte man im Zusammenhang mit der Block-Neuheit zu Ehren des neuen Königspaares: *„La próxima serie básica de sellos que se emitirá a principios de 2015, como se hace anualmente para atender las necesidades postales, llevará la imagen del Rey Don Felipe, nuevo Jefe de Estado de España.“* Anfang 2015 – was genau ist gemeint?

Filiale vom Typ „Tu Tienda Correos“

Immerhin hat man sich jetzt mit Todd Hooper einen kanadischen Modernisierer, einen auf Kommunikationstechnologie spezialisierten Manager (zuletzt tätig bei der Warenhauskette Carrefour) geholt. Erste publikumswirksame Tat und vielleicht auch sein eigenes Produkt: die erste „kundenoffene“ und wie es heißt „papierfreie“ Postfiliale. Ihr Name „Tu Tienda Correos“ (Dein Postladen). Der „Laboratorio“ (so steht es in der Haus-Netzmitteilung tatsächlich!) verspricht viele, Zitat: „Tests“ im Umgang mit den „wirklichen Kundenwünschen“. Die Eröffnung des Prototyps fand am 4. Dezember in der Madrider Calle Orense statt.

Von neuen und das heißt erhöhten Postgebühren war dort gewiß nicht die Rede. Wenn das Gespräch aber tatsächlich auch auf „Briefmarken“ gekommen sein sollte, dann war vielleicht die bevorstehende Ausgabe (11. Dez.) des Buches „Marca España“ ein Thema (182 S., span/engl, 40 Euro). Das Machwerk mit allen Machwerkausgaben dieser Sondermarkenserie (s. Philatelie-Digital, 19/2014) wird in den höchsten Himmel gehoben, das Sammler und Nichtsammler begeistere, natürlich wegen seines und wie heißt es schon in diesem ewig-gleichen euphorischen, einzig dem Umsatz verpflichteten Marketingsingsang, „innovativen“ Charakter, *„...que CORREOS ha publicado para contribuir a difundir la imagen de nuestro país por todo el mundo“*, das „dazu beitrage, das Bild unseres Landes in die Welt hinauszutragen“.

In der Regierungszeit von Franco hätte dieser Satz gepaßt! Sieben Marken, je in 12er-Bogen („*nuevo formato Premium, con motivos e ilustraciones que alcanzan la totalidad del pliego*“) erschienen 2014, alle in 300.000er Auflage, sind die allein in 2014 eingefahrene Ernte.

Doch wie heißt es am Schluß der hierzu publizierten Darstellung vom 14. Juli, zur letzten Neuerscheinung: „*Los sellos se pueden adquirir en la mayoría de oficinas postales y en el Servicio Filatélico de CORREOS, por lo que estará también a disposición de los más de 20 millones de coleccionistas*“. 20 Millionen Sammler in der Welt und Marken in 300.000er Auflage, die man zudem schwerlich an Postschaltern im eigenen Land bekommt. Muß man nichts weiter dazu sagen, außer, daß letztere Zahl so wundersam und deckungslos da steht wie so vieles von der spanischen Post. Dort schwelgt man gemäß Presstext vom 11. Juli 2014 in der neu gefundenen Produktewelt. Selbst wer kein Spanisch versteht, ahnt das hemmungslose Wortgeklingel in dieser in Ankündigung. Lauter Schlüsselwörter des Marketingsprechs sind hier versammelt, alles ist natürlich von „hoher Qualität“ und „innovativ“ – die junge Managergeneration kann und darf auch gar nicht anders reden, sonst ist man weg vom Fenster, sprich vom raren, gut bezahlten Arbeitsplatz! (*).

Correos introduce la innovación en sus nuevos productos filatélicos

- *La Prueba de Artista del sello dedicado al IV Centenario del fallecimiento del Greco, una colección de grabados filatélicos de alta calidad y la emisión dedicada al Parque Güell de Gaudí, ofrecen nuevos valores a los coleccionistas*
- *Presentan importantes novedades como sellos reproducidos en oro y plata, con aplicaciones de realidad aumentada (RA) o en formato de colección filatélica-numismática, ejemplos de la innovación que CORREOS está aplicando a la Filatelia*
- *La Colección de Grabados (Auflage der Stiche je Bild 500 Stück)*

Dann natürlich der aber längst nicht mehr neueste Schrei: Netz-Applikation auf dem Block, Smartphone drüber halten und schon taucht man ein in die Bilderwunderwelt. Paßt gut in Spanien, bei 50 Prozent Arbeitslosigkeit junger Menschen! Spaß wird ja wohl noch mal sein dürfen. Genau! Die Greco-Ausstellung in Toledo im Juli wurde von *correos.es* so begleitet: „*Para esta exposición, CORREOS ha aportado 21 pliegos de sellos con obras y motivos alusivos al pintor, así como los respectivos sobres de primer día de puesta en circulación.*“ 21 Bogen? Ersttag? Jetzt verstehe man (einmal mehr), warum Philatelie-Digital mit diesem postalischen Harakiri auf Berichtsebene nichts zu tun haben will. Schluß! Aus!

Quellen:

>>> http://www.correos.es/ss/Satellite/site/pagina-sala_prensa/sidioma=es_ES

>>> Spaniens moderne Briefpost – die große Übersicht (Philatelie-Digital 19/2014, S.5-8)

>>> <http://www.grufia.com/index.html> (alle Posttarife 1850 bis heute, online!)

(* *Bevor man dem Schreiber irgendein „Anti-Spanien!“ zuruft: Ihm ist mehr als bewußt, was Bonner Marketing-Superhirne für die Versandstelle in Weiden, die längst nicht mehr so heißen darf, sondern als „Versandzentrum Weiden Abt. 120078“ firmiert, Broschüre für Broschüre absondern, mit oder ohne semantische Deckungsgleichheit mit der benachbarten Produktewelt aus Braunschweig: Medaillenkitsch, Buchplunder, Tauschmünzgefasel – was für eine abgezockte Warenwelt! Übrigens, operiert nicht so ein Medaillenhaus in Aschaffenburg mit FDP-Genschers Werbeunterstützung oder auch so ein Newcomer mit Sitz in Konstanz seit Jahren mit „Abteilungen“? Abteilungen, da fängt man doch an zu träumen! Alles (was eigentlich?) hübsch separiert in jeder Abteilung – wie, in jeder sitzt eine scharfe Sekretärin? Egal aus welchem Mund einem die Werbesprüche zugerufen werden, sie klingen überall gleich: „Feiern Sie mit!“ „Sichern Sie sich!“ (wollen doch gern mal erster sein in Ihrem Leben, oder!) „Starten Sie!“ (den Motor, das Rennen?) „Dürfen Sie sich wieder freuen!“ (danke ergebenst, ich darf!), „Spannende Themen!“ (das Dezenniumübelstjauchewort, nebenbei: gibt es ein Wallander-Krimibuch?), „Meine Bestellungen“ (von wem sonst?). Nochmal: Sammler werden durch Abteilungen geschickt – Wie unsäglich aufgeblasen!*

Übrigens: Erneut hat „Bonn“ mit dem neuen „Philatelie aktuell“ (I/2015) keine Vorratslistenübersicht vorgelegt! Sie fehlte auch schon für das 3. Quartal 2014. Was darf man schließen? Nichts anderes, als daß die Verkäufe so gering sind, daß die Produktion einer solchen 46-Seiten-Broschüre nicht lohnt. 14 Seiten wie jetzt I/2015 gefüllt nur mit Neuheitenproduktgedöns sind günstiger. ■