November - Dezember 1994 Jahrgang 0 Ausgabe 0

Wertmarkenforum

▪ Zweimonatliche Mitteilungen für den Wertmarkensammler ▪ Redaktion: W.H. Stahl ▪ Saalburgstraße 74 ▪ D-61381 Friedrichsdorf ▪ ▪ Telefon: 06172/72993 ▪

Warum und wozu?

Viele Einzelfaktoren sind bei der Vorstellung eines neuen Produkts bestimmend. Das Produkt selbst, der Preis, das Image des Versenders, die Aufmachung, die Ansprache und vieles andere mehr. Dazu kommen die allgemeinen Faktoren, die nicht beeinflußbar sind: Die persönliche Situation des Angesprochenen, das Wetter, die allgemeine Konjunkturlage, außergewöhnliche Ereignisse usw. Eine mögliche Spontanbeurteilung im konkreten Fall.
Wieder etwas Neues! Noch mehr Berichte! Was soll das? Reicht das vorhandene Angebot an Mitteilungen über numismatische Sammelobjekte denn nicht aus?
Eine verständliche Reaktion. Verständlich, wenn sie von einem Münzensammler, Medaillenliebhaber oder von einem Papiergeldsammler kommt.
Der Wertmarkensammler, insbesondere jener, der sich für moderne Marken interessiert, kann dem aus innerster Überzeugung sicherlich nicht zustimmen. Denn, für ihn gibt es auf dem deutschsprachigen Markt kein Organ, in dem er zu seinem Interessengebiet ausreichende Informationen erhält, seine Meinung gefragt ist. Abgesehen von den zumeist kleineren Beiträgen in den großen Münzenzeitschriften, die nur selten aktuelle Themen behandeln.

Aber auch der Handel, der speziell oder nebenbei das numismatische Randgebiet Wertmarken feilhält, weiß um die Problematik der Informationsbeschaffung und Materialbeurteilung.
Ebenso der Sammler in einem Verein, in dem kein weiteres Mitglied sich mit diesem Spezialgebiet befasst. Er kommt sich verloren vor. Sucht vergebens einen Gesprächspartner. Geordnete Informationen fehlen. Aktuelle Ereignisse bleiben undokumentiert. Erkenntnisse und Forschungsergebnisse einzelner Sammler haben keinen Bestand, da sie nur wenigen bekannt werden. Sie bleiben der Sammlerschaft insgesamt auf Dauer verborgen.
Sollte, muß da nicht Abhilfe geschaffen werden?
Vielleicht gelingt es mit der hier vorgelegten Konzeption, diese Lücke zu schließen. Mit dem **„Wertmarkenforum“** wird denen, die über Wissen, fachliche Kompetenz und Kreativität, aber auch über Idealismus und Engagement verfügen, eine Plattform geboten.
Alle, die mitwirken möchten, Anregungen haben oder Kritik vortragen wollen, sind aufgerufen, sich zu melden.
Ob dies nur Wunschdenken bleibt, oder Realität wird, muß die nahe Zukunft zeigen.
Prüfen Sie das Angebot. Setzen Sie sich mit der Redaktion in Verbindung, wenn Sie Fragen oder Anregungen haben.
In diesem Sinne empfehle ich Ihnen die weiteren Ausführungen.

Konzept

Der Duden verbindet mit dem Begriff „Forum“ einen „geeigneter(n) Personenkreis, der eine sachverständige Erörterung von Problemen oder Fragen garantiert.“
Ein Interessenverbund bietet viele Vorteile. Setzt aber auch eine partnerschaftliche Zusammenarbeit voraus. Leser und Mitwirkende haben mehr Chancen, ihre Interessen wahrzunehmen, mehr Freude mit ihren Sammlungsobjekten. Die Phantasie und Kreativität wird gefördert, die persönliche Lebensfreude gesteigert.
Eine langzeitige Herausgabe dieser Mitteilung setzt voraus, daß Leser durch Mitteilungen, Kritik und Anregungen daran mitgestalten. Eventuell sich eine Gemeinschaft bildet, die mit der permanenten Konzepterarbeitung, Themenwahl

In dieser Ausgabe

1	WARUM UND WOZU?
2	KONZEPT
3	REALISIERUNG
4	VERTRIEB
5	NEUERSCHEINUNGEN
5	KATALOGERGÄNZUNGEN
6	ZUORDNUNGEN
7	INSERATE

und dem Vertrieb zum Gelingen beiträgt; sich gegebenenfalls auch eine Form gibt, damit es nicht die „Missetat" eines Einzelnen bleibt. Redaktionelle Unterstützung ist erwünscht und notwendig. Wünschenswert auch die Mitwirkung des Fachhandels.

Grundsätzlich sollte in den Veröffentlichungen nichts fehlen, was auch in professionellen Publikationen dargeboten wird. Nur bescheidener in der Präsentation, weniger kostenaufwendig. Dafür gezielter, aktueller, auch kritischer und ohne kostentreibenden Ballast. Ein Forum soll es sein!
Wichtig ist es: Neuerscheinungen zu dokumentieren; Hinweise auf Beschaffungsmöglichkeiten von Objekten zu geben; Standardkataloge zu ergänzen, soweit in absehbarer Zeit die Autoren keine Neuauflagen realisieren; Marken ohne Ausgeberhinweis und/oder Erscheinungsort bzw. Einsatzzweck zu bestimmen und gegebenenfalls in systematischen Verzeichnissen zu dokumentieren; Literaturhinweise und Bezugsquellen dürfen nicht fehlen; Forschungsergebnisse sind darzustellen, wenn der Umfang der Publikation dies zulässt - anderenfalls sind sie zu besprechen und eventuell an andere Organe zu vermitteln; unerläßlich sind Tausch-, Kauf- und Verkaufsmitteilungen - redaktionell oder als Anzeige. Vieles Ungenannte wird mit der Zeit hinzukommen.

Realisierung

Für einige Zeit wird das vorliegende Material ausreichen, die aufgezeigte Konzeption zu realisieren. Mittel- und langfristig dürfte dies aber kaum ohne die Hilfe Gleichgesinnter gelingen. So, wie ein Verein, ein Arbeitsteam im Berufsleben, darauf angewiesen sind, daß viele Einzeltätigkeiten und Aufgaben zusammenfließen zu einem Ganzen. So wird auch jede andere Aufgabe nur bei vergleichbaren Voraussetzungen lösbar sein.
Dies beginnt im Vorfeld damit, das Projekt in einem vertretbaren Kostenrahmen zu halten. Die Art der Vervielfältigung muß gewählt werden. Der Erscheinungsrhytmus ist festzulegen. Themenschwerpunkte müssen bestimmt werden. Wichtig auch. Wie soll der Vertriebsweg sein? Auf Dauer wird es nötig sein, Material zu beschaffen. Eine aktuelle Erfassung und Bearbeitung muß folgen.
Die Voraussetzungen für eine professionelle Fachpublikation, die das Instrumentarium eines Verlages, eine Druckerei, die notwendige personelle Besetzung und eine entsprechende Vertriebsorganisation erfordern, sind nicht gegeben, da hierfür eine Mindestabonnentenzahl erforderlich wäre, die es zu diesem Themenbereich nach aktueller Einschätzung nicht gibt.
Zu der Problemstellung Druckerei ist mir eingefallen, daß zunächst Ausdrucke über einen am PC angeschlossenen Drucker erfolgen können. Nominell ist dies zwar nicht günstiger als ein vergleichbarer Offset-Druck. Die Auflage läßt sich aber flexibler steuern. Für den Vertrieb sind ebenfalls professionelle Lösungen nicht realisierbar, da auch hierbei hohe Kosten entstehen, die das Projekt zum scheitern bringen würden. Als Lösung bietet sich daher die Sammelbestellung und/oder eine Druckverarbeitung vor Ort an, die bei entsprechenden Voraussetzungen zur Kostenreduzierung erheblich beitragen kann.

Vertrieb

Noch bis zum Monat Dezember 1994 erhalten alle Händler und eingetragenen Sammlervereine sowie die Fachverlage mit periodischen Publikationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz diese 0-Ausgabe zur Prüfung und Stellungnahme. Nach dieser Erprobungs- und Einführungsphase soll ab Februar 1995 dann der regelmäßige Vertrieb erfolgen.
Zur Kostenreduzierung (Porto), werden Sammelbestellungen angeregt, damit der hohe Anteil der Portokosten für die Einzelbelieferung von Interessenten entfällt. Die Publikation sollte für alle erschwinglich sein.
Mit einem zunächst festgelegten Umfang von vier bis sechs Seiten, beträgt der Jahresbezugspreis bei einer zweimonatlichen Erscheinungsweise 7,50 DM, zuzüglich Porto und Verpackung von 9,60 DM, ergibt einen Gesamtpreis von 17,10 DM/Jahr bei Einzelbelieferung. Es lohnt sich also, über eine Reduzierung der Portokosten nachzudenken.
Bei Sammelbestellungen ist es möglich, die Portokosten erheblich zu senken, so daß bei einer Bestellung von dreißig Exemplaren etwa, diese nur noch 0,70 DM/Exemplar und Jahr betragen.

Vorstellbar ist daher, daß sich Interessierte innerhalb eines Vereines zusammenschließen, um diesen Vorteil zu nutzen. Händler, die als Sammelbezieher tätig werden, erhalten dadurch eine Möglichkeit, Stammkunden zu bedienen, zugleich aber auch die Gelegenheit, auf besondere Angebote im Inseratenteil oder auch redaktionell hinzuweisen.
Fachverlage können nach Absprache das „**Wertmarkenforum**" als Beilage in ihren Publikationen verwenden.

Jahresbezugspreis

Einzelpreis: 17,10 DM/ Jahr.
Preis bei Sammelbestellungen: 2 bis 30 Exemplare.

Anzahl Exempl.	DM Jahr	DM Exempl.	Anzahl Exempl.	DM Jahr	DM Exempl.
2	27,00	13,50	17	145,50	8,56
3	34,50	11,50	18	153,00	8,50
4	42,00	10,50	19	160,50	8,45
5	49,50	9,90	20	168,00	8,40
6	57,00	9,50	21	175,50	8,36
7	64,50	9,21	22	183,00	8,32
8	72,00	9,00	23	190,50	8,28
9	79,50	8,88	24	198,00	8,25
10	87,00	8,70	25	205,50	8,22
11	94,50	8,59	26	213,00	8,19
12	102,00	8,50	27	220,50	8,17
13	109,50	8,42	28	228,00	8,14
14	117,00	8,36	29	235,50	8,12
15	124,50	8,30	30	243,00	8,10
16	138,00	8,63			

Lieferung von Disketten: Alle Ausgaben können auf Diskette zur Weiterverarbeitung (umsortieren, ergänzen, übertragen etc.) geliefert werden. **Hard- und Softwarevoraussetzungen:** Prozessor 386 oder höher; DOS 5.0 oder

höher; Windows 3.1 oder höher; Word für Windows 6.0 + Sonderzeichentabellen Monotype Sorts, Symbol; Wingdings 1+2+3 bzw. Excel für Windows 5.0. (Disketten: 3,5"). **Bezugspreis: 24,00 DM/ Jahr**.
Alle Preise einschließlich Porto und Verpackung.

Neuerscheinungen

Parkmarken in Östereich

Zunächst in Telfs, danach auch in Innsbruck wurden in den letzten Jahren Parkmarken eingeführt. Nach noch nicht bestätigten Hinweisen, auch in Feldkirch (Vorarlberg). Sie stellen alle in ihrer Ausführung eine Besonderheit dar. Denn neben den Zweck bestimmenden Hinweisen gibt es auch bildliche Darstellungen, die außer Symbolen auch den Ausgabeort skizzieren. Eine Besonderheit, die wir hierzulande bei solch profanen Ersatzzahlungsmitteln nicht aufzuweisen haben. In Telfs hat dies allerdings auch schon einen Nebeneffekt gezeigt. Touristen, aber auch die Einwohner von Telfs, sehen in dieser Parkmarke ein preiswertes Andenken, so daß der erforderliche Rückfluß der Marken nicht ausreicht, den Bedarf zu decken. Die Marktgemeinde Telfs sieht sich daher veranlaßt, eine Neuauflage in Auftrag zu geben. Hoffentlich nicht zu Lasten der bildlichen Darstellung.

Kategorie:	Parkmarken	P 1
Staat:	Österreich	
Region:	Tirol	
Ort:	Innsbruck	
Ausgeber:	Stadt Innsbruck	

Vs.: Teilziffernblatt einer Uhr, die Parkzeit symbolisierend, Legende: STADT INNSBRUCK (⌒), auf einer zentralen erhabenen Kreisfläche: P/ MÜNZE (vertieft)
Rs.: Teilziffernblatt einer Uhr, die Parkzeit symbolisierend, Legende: PARKMÜNZE (⌒), in einer zentralen Kreisfläche Ansicht der „Nordkette" (Bergmassiv), darüber ein Emblem und die Legende: STADT INNSBRUCK auf einer Zierlinie

	O; 28,0 mm ø
1	Messing

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Seit 1994 im Einsatz. Hersteller (Lieferant): Pichl KG, Inzing; Auflage (1994): 20.000. Der Parkwert beträgt 10 ÖS.

Kategorie:	Parkmarken	P 2
Staat:	Österreich	
Region:	Tirol	
Ort:	Telfs	
Ausgeber:	Marktgemeinde Telfs	

Vs.: Perlkreis, Gemeindewappen, Legende: PARKMÜNZE (⌒)/ TELFS - TIROL (⌣)
Rs.: Perlkreis, Gemeindeansicht mit Rosengasse und Pfarrkirche vor dem Bergmassiv „Hohe Munde", davor einer der vier Gemeindebrunnen

	O; 30,0 mm ø
1	Messing

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf. „Der Blickpunkt", 18.9.1992.
Anmerkungen:
Am 21. September 1992 in Umlauf gesetzt; Hersteller (Lieferant): Pichl KG, Inzing; Auflage (1992): 5.000; Der Parkwert beträgt 5 ÖS (½ Stunde Parkzeit). Kostenlos erhältlich ab einem Einkaufswert von 300 ÖS von den beteiligten Firmen.

Einkaufswagen-Chips

Keine Münzen, kein Suchen, kein Ärger. Das immer griffbereite Einkaufswagen-Pfand für den Schlüsselbund. Schlagworte und Werbeaussagen des Herstellers, HP Haushaltsprodukte GmbH, der den persönlichen Einkaufswagen-Chip offenbar inzwischen europaweit bei den Handelsketten und großen Kaufhäusern eingeführt hat.
Seit vielen Jahren beklagte der Handel, daß die Einkaufswagen zum Transport der eingekauften Gegenstände in Parkhäuser oder nahegelegene Siedlungsgebiete „entführt" wurden. Entweder sie kamen nicht mehr an ihren Bestimmungsort zurück oder fielen dem Vandalismus zum Opfer. Abhilfe brachten Verriegelungsschlösser an den Einkaufswagen, die mit einem Geldstück betätigt werden konnten, wodurch der unentgeltliche Mißbrauch weitgehend eingedämmt wurde. Diese Lösung setzt jedoch die Verfügbarkeit von Kleingeld voraus. Anderenfalls ist zusätzlicher Zeitaufwand für den Geldwechsel und somit die Bewältigung der doppelten Wegstrecke zwischen dem parkenden Fahrzeug und der Einkaufsstätte erforderlich.
Viele Kunden empfanden es daher nicht als eine praktikable Lösung des Problems sondern eher als eine Zumutung. Offenbar besteht nunmehr allseitige Zufriedenheit, wie wir hoffen möchten.

Fahrmarken, Telefonkarten aller Länder u. Zeiten kauft u. tauscht. Günter Fritz, Hermeskeilerstraße 15 b, D-50935 Köln, Tel.: 0221/437278.

Kategorie:	Pfandmarken	Pf 1
Staat:	Deutschland	
Region:	Rheinland Pfalz	
Ort:	Montabaur	
Ausgeber:	HP Haushaltsprodukte GmbH	

Vs.: leer
Rs.: leer

	O; 23,5 mm ø
1	Kunststoff (gelb)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Neutrale Ausgabe. Hersteller (Lieferant): HP Haushaltsprodukte GmbH, Montabaur.

Kategorie:	Pfandmarken	Pf 2
Staat:	Deutschland	
Region:	Rheinland Pfalz	
Ort:	Montabaur	
Ausgeber:	HP Haushaltsprodukte GmbH	

Vs.: Legende: Ligatur HP
Rs.: Legende: Ligatur HP

	O; 23,5 mm ø
1	Kunststoff (chromgelb)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Neutrale Ausgabe mit Herstellerkennung. Hersteller (Lieferant): HP Haushaltsprodukte GmbH, Montabaur.

Kategorie:	Pfandmarken	Pf 3
Staat:	Deutschland	
Region:		
Ort:		
Ausgeber:		

Vs.: Legende: KOMM
Rs.: Legende: KOMM

	O; 23,5 mm ø
1	Kunststoff (gelb)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): HP Haushaltsprodukte GmbH, Montabaur.

Kategorie:	Pfandmarken	Pf 4
Staat:	Deutschland	
Region:		
Ort:		
Ausgeber:		

Vs.: Legende: MEISTER (Schriftzug mit ☆ über dem „I“)
Rs.: Legende in vierfach hochovalgebogter Umrandung: HUMA

	O; 23,5 mm ø
1	Kunststoff (orangegelb)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): HP Haushaltsprodukte GmbH, Montabaur.

Kategorie:	Pfandmarken	Pf 5
Staat:	Deutschland	
Region:	Niedersachsen	
Ort:	Bremen	
Ausgeber:	Tschibo Frisch-Röstkaffee AG	

Vs.: Firmenzeichen „Tschibo“
Rs.: Markenzeichen (dampfende Kaffeebohne)

	O; 23,5 mm ø; Folienaufdruck (lila)
1	Kunststoff (chromgelb)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): HP Haushaltsprodukte GmbH, Montabaur.

Kategorie:	Pfandmarken	Pf 6
Staat:	Deutschland	
Region:	Westfalen	
Ort:	Herford	
Ausgeber:	Tengelmann & Co KG	

Vs.: Firmenzeichen „T“
Rs.: leer

	O; 23,5 mm ø; Foliendruck (dunkelgelbgrün/grün)
1	Kunststoff (zinnoberrot)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): HP Haushaltsprodukte GmbH, Montabaur.

Kategorie:	Pfandmarken	Pf 7
Staat:	Deutschland	
Region:	Bayern	
Ort:		
Ausgeber:		

Vs.: Legende: KRONE
Rs.: Legende: KRONE

	O; 23,5 mm ø
1	Kunststoff (rotorange)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): HP Haushaltsprodukte GmbH, Montabaur. Die Zuordnung nach Schweinfurt (Kaufhaus Krone) oder Olching (Krone-Selbstbedienungs Center) ist bislang nicht bestätigt. Möglicherweise

kommt auch ein Unternehmen anderenorts mit gleicher Firmenbezeichnung in Betracht.

Kategorie:	Pfandmarken	Pf 8
Staat:	Österreich	
Region:	Niederösterreich	
Ort:	Wien	
Ausgeber:	Firma Merkur	

Vs.: Legende: Firmenemblem (Mann, bekleidet mit Mantel und Hut)
Rs.: Legende: Firmenemblem (Mann, bekleidet mit Mantel und Hut)

	O; 23,5 mm ø
1	Kunststoff (bläulichgrün)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): HP Haushaltsprodukte GmbH, Montabaur.

Kategorie:	Pfandmarken	Pf 9
Staat:	Deutschland	
Region:		
Ort:		
Ausgeber:		

Vs.: vertiefte Legende: EIKACHIP • EIKACHIP • EIKACHIP (⌒)
Rs.: vertiefte Legende: EIKACHIP • EIKACHIP • EIKACHIP (⌒)

	O; 23,5 mm ø
1	Kunststoff (weiß)
2	Kunststoff (schwefelgelb)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): unbekannt. Eine individuelle Kennung der Marken (Hersteller, Ausgeber) ist bislang nicht bekannt geworden, lediglich einige Ausführungen, bei denen die Markenfolder Hinweise auf den Ausgeber tragen. (Bausparkasse Mainz; Conrad Electronic)

Katalogergänzungen

Kategorie:	Gas- und Strommarken	GS 1
Staat:	Deutschland	
Region:	Sachsen	
Ort:	Meerane	
Ausgeber:	Landesgasversorgung Sachsen AG	

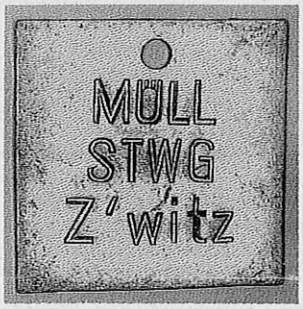
Vs.: Legende: LANDESGASVERSORGUNG (⌒)/ • SACHSEN A.-G. • (⌣)
Rs.: Stadtwappen, Legende: MEERANE SA. (⌒)

	O; 22,0 mm ø; ⦿: ★
1	Messing

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf.
Anmerkung:
Nachtrag zu: Gurgel, Menzel.

Zuordnungen

Kategorie:	Müllmarken	M 1
Staat:	Deutschland	
Region:	Sachsen Anhalt	
Ort:	Zschornewitz	
Ausgeber:		

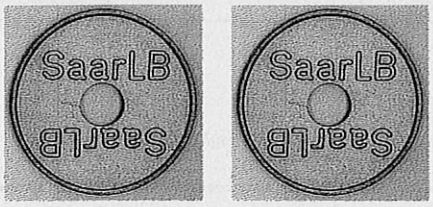


Vs.: vertiefte Legende: MÜLL/ STWG/ Z'witz
Rs.: leer

	□; 37,0 x 37,0 mm; ⦿: 4,3 mm ø
1	Aluminium

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): Richard Beator, Leipzig. Nachtrag zu: Menzel.

Kategorie:	Parkmarken	P 3
Staat:	Deutschland	
Region:	Saarland	
Ort:	Saarbrücken	
Ausgeber:	Landesbank Saar, Girozentrale Saarbrücken	



Vs.: Legende: SaarLB/ SaarLB (kopfstehend)
Rs.: leer

O; 25,5 mm ø; ⦿: 6,1 mm ø	
1	Aluminium (blau eloxiert)

Quellen:
Sammlung Stahl, Friedrichsdorf
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): VDO, Frankfurt am Main. Nachtrag zu: Menzel.

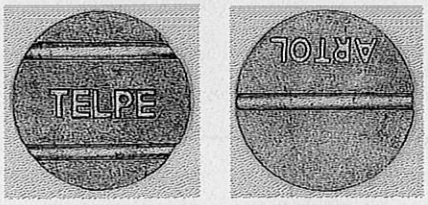
Kategorie:	Parkmarken	P 4
Staat:	Deutschland	
Region:	Hessen	
Ort:	Wiesbaden	
Ausgeber:	Hotel Nassauer Hof	

Vs.: Legende: Hotel/ Nassauer Hof (◡)
Rs.: leer

O; 27,4 mm ø; ⦿: 6,2 mm ø	
1.1	Aluminium (blau eloxiert)

Quellen:
Sammlung Koch, Wehen.
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): VDO, Frankfurt am Main; Nachtrag zu: Menzel.

Kategorie:	Telefonmarken	T 1
Staat:	Brasilien	
Region:	Pernambuco	
Ort:	Pernambuco	
Ausgeber:	Telecommunicacoes de Pernambuco	



Vs.: vertiefte Legende: TELPE, zweifach genutet
Rs.: vertiefte Legende: ARTOL, einfach genutet

O; 22,9 mm ø; Kehrprägung	
1	Zink

Quellen:
Sammlung Fritz, Köln.
Anmerkungen:
Hersteller (Lieferant): Artol; Groenendijk: FF4.

Benutzte Literatur:

Gurgel: (Gurgel, Horst: (1980) Münzen und Marken für Gasautomaten und Stromzähler in deutschsprachigen Gebieten, Selbstverlag, Wolfsburg).

Menzel: (Menzel, Peter: (1993) Deutsche Notmünzen und sonstige Geldersatzmarken 1840 - 1990, zwei Bände: Band I A-L, Band II M - Z, Münzhandel + Verlag B. Strothotte, Gütersloh).

Groenendijk: (Groenendijk, H.A.: (1989) Catalog of Telephone and Telegraph Tokens, Eigenverlag, Leiden.

Alle Neuheitenmeldungen und Katalognachträge werden jährlich getrennt nach Kategorien zusammengefasst, mit einem Index versehen und sind von Abonnenten auf Abruf als Sonderdruck für eine ergänzende Beilage zu den Standardkatalogen verwendbar. Auf Wunsch stehen diese Daten auch als Word für Windows 6.0-Datei oder Excel 5.0-Datei (3½"-Diskette) für eine Weiterverarbeitung zur Verfügung.
Berechnet werden die entstehenden Selbstkosten.
Druck: (ca. 0,15 DM/Seite) und Porto (ca. 2,-- DM/ Sendung); **Diskette:** (ca. 3,-- DM einschließlich Porto und Verpackung).

Inserate

Eine Anzeige je Einzelbesteller und Diskettenbezieher in den Abmessungen 8,5 x 1,5 cm; für Sammelbesteller - unabhängig von der Anzahl der Abonnements - in den Abmessungen 8,5 x 3,0 cm bzw. 17,0 x 1,5 cm im Jahr ist kostenlos, soweit der Umfang der „Mitteilungen" dadurch nicht erweitert werden muß. Ansonsten nur im Rahmen der Möglichkeiten. Größere Anzeigen sind kostenpflichtig. Preis auf Anfrage: (entspricht dem evtl. Mehraufwand für die Erweiterung des Umfanges und gegebenenfalls der höheren Portokosten).
Chiffreanzeigen werden nicht entgegengenommen.

Ankauf/Tausch

Suche dringend einzeln oder mehrfach **Park-**, **Autowasch-** und **Fahrmarken** aus allen europäischen Ländern. Ebenso **Telefon-**, **Gas-** und **Strommarken** aus allen Ländern der Erde. Auch **Wertmarken** und **Notgeld** aller Art aus dem Bundesland Hessen (Hessen-Nassau). Tauschmaterial aus diesen und anderen Bereichen ist vorhanden. Verkaufs- oder Tauschangebote erbeten an: Werner Stahl, Saalburgstraße 74, D-61381 Friedrichsdorf, Tel.: 06172/ 72993.

Aktuelle und ältere brasilianische **Telefonmarken** in ca. 40 verschiedenen Sorten im Tausch gegen gleichwertige Marken abzugeben. Angebote erbeten an: Werner Stahl, Saalburgstraße 74, D-61381 Friedrichsdorf, Tel.: 06172/ 72993.

Wertmarken von Wiesbaden kauft zu Höchstpreisen. Matthias Koch, Am Pfingstborn 6, D-65232 Taunusstein.

Jahresabonnement
Überweisungen bitte auf eines der folgenden Konten.
Bethmann - Bank, Bad Homburg v.d.Höhe, Konto-Nr.: 57 214 2 18
(Bankleitzahl: 501 301 00)
Postgiroamt Frankfurt am Main, Konto-Nr.: 1942 31-601
(Bankleitzahl: 500 100 60)