



ARBEITSGEMEINSCHAFT  
„FORSCHUNG DEUTSCHE BUNDESPOST“ e. V.  
Im Bund Deutscher Philatelisten e. V.

Rollenmarken-Dauerserie  
**„Sehenswürdigkeiten“**  
1987 – 2004

Die Verpackungen der Großrollen



**Beschreibung**

Wolfgang Lindenmayr  
Version 1.0 / April 2018

Bei den aufgeführten Markenausgaben und Verpackungsvarianten werden die Michel-Nummern (MiNr.) als Referenz zu den Katalogen des Schwaneberger Verlags GmbH, 85716 Unterschleißheim, genannt.

Ebenso sind die in den Publikationen der Arbeitsgemeinschaft RSV verwendeten Bezeichnungen zu den Verpackungsvarianten aufgeführt.

Einige der enthaltenen Abbildungen wurden freundlicherweise von Günter Albinger, Hans Brunner, Hans-Jürgen Willmann und Ralf Wommer zur Verfügung gestellt.

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der Entnahme von Abbildungen, der Vervielfältigung und Verbreitung jeder Art, behält sich der Autor ausdrücklich vor.

© 2018 Wolfgang Lindenmayr, 86679 Ellgau

## Die unterschiedlichen Verpackungen der Großrollen

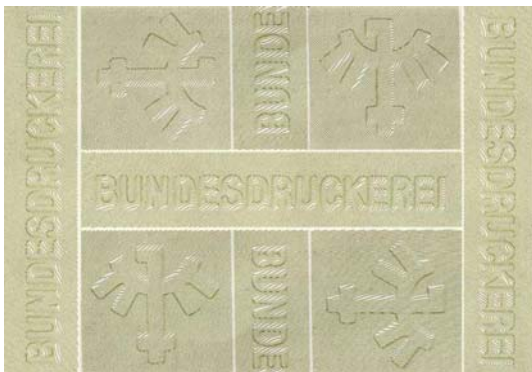
Besonders die Verpackungen von Großrollen der Dauerserie „Sehenswürdigkeiten“, gemeint sind hier Postwertzeichenrollen mit 1.000 Rollenmarken oder mehr, sind bis heute immer noch nicht lückenlos erfasst. Großrollen waren und sind auch gegenwärtig nur für einen ausgewählten Kundenkreis bestimmt, die den Massenversand nutzen. Genau dass macht es so schwierig an das begehrte Verpackungsmaterial zu gelangen. Da von der Deutschen Bundespost bzw. von der Deutschen Post AG offensichtlich keine besonders großen Vorräte angelegt wurden, musste innerhalb kurzer Zeiträume immer wieder neu verpackt werden, wodurch sich eine große Typenvielfalt an Verpackungsetiketten ergeben hat. Es muss also davon ausgegangen werden, dass immer noch Etikettentypen unentdeckt geblieben sind oder zumindest geeignete Bildnachweise fehlen.

Bei den Großrollen der Dauerserie „Sehenswürdigkeiten“ kamen sechs unterschiedliche Verpackungsarten zur Anwendung:

- Papierbänderole und Verschlusssteller
- Einschlagpapier mit aufgeklebtem Papieretikett
- Weiße bzw. gelbe Schachtel mit Papierbänderole (Schachtelverpackung der 1. Generation)
- Weiße Schachtel mit Etikettenaufkleber (Schachtelverpackung der 2. Generation)
- Weiße Schachtel mit aufgeklebtem Papieretikett (Schachtelverpackung der 2. Generation)
- Folienverpackung mit Etikettenaufkleber

Wegen fehlendem Material war es mir leider nicht möglich in der nachfolgenden Beschreibung bzw. in der Typen-Übersicht Teil 1 (Ausgaben in DM-Währung) die Verpackungsart „Papierbänderole und Verschlusssteller“ zu berücksichtigen. So beschränkt sich die Dokumentation auf die fünf übrigen Verpackungsarten.

Im Oktober 1991 kamen erstmals Großrollen mit 10.000 Rollenmarken speziell für Versender von Massendrucksaachen zum Verkauf. Jede Großrolle wurde dazu einzeln zwischen zwei quadratischen Pappen gelegt, in unbedrucktes, gelblichweißes Papier eingewickelt und mit schmalen Sicherheitspapierstreifen oder mit unbedruckten, braunen Papierstreifen verklebt. Anschließend wurde über diese Klebestelle ein Papieretikett mit aufgedruckten Inhalts- und Wertangaben geklebt und darauf ein Datums- und Kontrollstempel abgeschlagen. Die Etiketten bestanden, wie die noch bis 1994 zur Verpackung von Klein- bzw. Großrollen bis 2.000 Stück verwendeten Bänderolen und Verschlusssteller, aus Papier mit Sicherheitsunterdruck der Bundesdruckerei vom Typ I.



Der Unterdruck vom Typ I wies ein sich wiederholendes Muster von regelmäßig angeordneten, rechteckigen und quadratischen Feldern auf. Das Grundmuster hatte dabei eine Größe von ca. 12 x 12 cm. Die einzelnen Felder waren jeweils durch Linien mit knapp einen halben Millimeter Breite abgegrenzt. Innerhalb den Feldern befanden sich im ständigen Wechsel nach vier verschiedenen Richtungen ausgerichtet der Schriftzug „BUNDESDRUCKEREI“ (Rechtecke) und ein stilisierter Bundesadler (Quadrate). Bei Betrachtung mit geringer Vergrößerung war erkennbar, dass sich der Flächendruck durch feine enganeinandergereihte Linien zusammensetzte, während die Umrisse der Rechtecke und Quadrate durch Druckunterbrechungen zustande kamen.

Sowohl die Bänderolen und Verschlusssteller als auch die späteren Etiketten bei Großrollen kamen in unterschiedlichen Ausrichtungen des Unterdrucks in Bezug auf den eigentlichen Aufdruck vor. Es wird hier z. B. von normal stehendem und kopfstehendem Unterdruck gesprochen. Zur genauen Bestimmung der Ausrichtung wurde die Normallage wie folgt definiert: Der jeweilige Anfangsbuchstabe der senkrecht verlaufenden Wörter „BUNDESDRUCKEREI“ liegen am waagrecht, leserichtigen Wort „BUNDESDRUCKEREI“ an. Die Adler links unten und rechts oben sind stehend, die beiden anderen liegend.

Für die anfänglich verkauften Wertstufen zu 33, 38, 40, 41 und 45 Pfennig in Großrollen zu 10.000 Rollenmarken wurde die Unterdruckfarbe Grauliv gewählt. Der Textaufdruck der Etiketten war anfangs noch für jede Wertstufe in einer separaten Druckfarbe ausgeführt. Eine Abstimmung auf eine der verwendeten Druckfarben des jeweiligen Postwertzeichens war dabei nur bedingt erkennbar. Seit dem Verkauf von Großrollen der Wertstufe zu 45 Pfennig mit senkrechten Zählnummern ab 1996 wurde dann bei allen Etiketten nur noch eine schwarze Druckfarbe verwendet. Die annähernd quadratisch geschnittenen Etiketten hatten ein Format von ca. 150 x 150 mm. Nur eine einzige Ausnahme ist bei einem Etikett der Wertstufe zu 45 Pfennig mit dem Verpackungsdatum 23.10.1996 bekannt geworden. Das Etikett war etwas schmaler mit den Abmessungen 135 x 150 mm. Ob dieses Sonderformat als gewollte Versuchsproduktion, so wie es von einem Sammler

bezeichnet wurde, oder eher als Fehlschnitt einzustufen ist, da gibt es unterschiedliche Meinungen. Ich halte einen Fehlschnitt als realistischer, da auf dem mir vorgelegenen Originalstück der Aufdruck waagrecht stark dezentriert war. Ganz wichtig ist, dass Belegstücke davon unbedingt großzügig ausgeschnitten sein sollten, so dass möglichst viel vom übrigen Verpackungspapier vorhanden ist. Nur so können nachträgliche Manipulationen weitgehend ausgeschlossen werden. Eine eindeutige Abgrenzung bietet dabei der Kontrollstempel, wenn er am linken oder rechten Randbereich des Etiketts platziert wurde und somit zum Teil auch auf das Einschlagpapier übergegangen ist.



Ab 1997 hatten die Etiketten auf den Großpackungen zu 10.000 Rollenmarken nur noch eine Größe von etwa 135 x 135 mm. Für die Etiketten der Wertstufe zu 47 Pfennig kam zunächst noch das Unterdruckpapier vom Typ I zur Anwendung. Es gab sie in den Unterdruckfarben Hellgraurot und grünlich Oliv.



Im Verpackungsjahr 1998 wechselte die Bundesdruckerei zum Sicherheitspapier Typ II. Der geänderte Unterdruck setzte sich aus 30 x 40 mm großen, senkrecht versetzt angeordneten Rechtecken mit jeweils zwei darin befindlichen, schräg und gegenläufig zueinander ausgerichteten, stilisierten Bundesadlern zusammen. Zwischen den Bundesadlern fand sich das Wort „BUNDESDRUCKEREI“, das in der Normallage leserichtig von links nach rechts fallend dargestellt war. Für die Wertstufen zu 47 und 110 Pfennig sowie 47 Pf/0,24 € wurde eine einheitliche hellzinnrote Unterdruckfarbe gewählt.



**Deutsche Post AG**



**Dauerserie Sehenswürdigkeiten**

**47 Pf / 0,24 €**

**10.000 Stück**

**Wert: 2.400 €**

Abgabe nur in kompletten Rollen

Berlin, der 1 5. Feb 2002 Geprüft u. verpackt: \_\_\_\_\_

501

1510 05807



Im Laufe des Jahres 2002 kamen für Großrollen zu 10.000 Rollenmarken nur noch weiße Etiketten mit schwarzem Aufdruck zum Einsatz (110 Pf/0,56 €, 47 Pf/0,24 €) und noch im selben Jahr wurde dann die bis dahin angewendete Papierverpackung durch eine Schachtelverpackung aus weißem Karton ohne Aufdruck im Format 200 x 200 x 25 mm abgelöst (110 Pf/0,56 €, 47 Pf/0,24 €, 0,55 €, 0,25 €). Die Schachteln wurden mit den gleichen weißen Etiketten beklebt, die zuvor auf den Großrollenverpackungen mit Einschlagpapier angebracht wurden.

Von einigen Etiketten-Haupttypen sind natürlich zum Teil mehrere Varianten bekannt geworden, die z. B. aus diversen Setunterschieden oder aus differenzierten Zwischenabständen beim Aufdruck herrühren. Die größte Typenvielfalt existiert dabei bei den in besonders hohen Auflagen hergestellten Wertstufen zu 47 Pfennig bzw. 47 Pf/0,24 €. Weitere Varianten werden auch noch durch die schon angesprochene unterschiedliche Ausrichtung des Unterdrucks unterschieden.

Neben den 10.000er-Rollen gab es noch einige Wertstufen in Rollen mit 2.000 Rollenmarken. Auch hier kam es zu nennenswerten Eigenheiten bei der Verpackung.

Die Postwertzeichen zu 40, 45 und 47 Pfennig sowie die Ausgabe zu 70 Pfennig mit dem Motiv „Helgoland“ vom 21. Juni 1990 wurden ab 1993 in Verpackungsschachteln der 1. Generation (86 x 86 x 23 mm) mit Papierbanderolen als Verschlussriegel verpackt. Im Winter 2000 kam es dann ausschließlich beim Wert zu 70 Pfennig zum Wechsel auf Schachteln der 2. Generation (83 x 83 x 25 mm) mit einem großformatigen Verschlussetikett (79 x 130 mm) und nur wenige Tage später wurde dann beim selben Nennwert dazu übergegangen, sie wie Großrollen zu 10.000 Marken in Papier einzuwickeln und darauf ein Papieretikett aufzukleben. Das Etikett hatte ein Format von 80 x 80 mm. Es bestand aus Sicherheitspapier mit grauem Unterdruck vom Typ II und hatte einen schwarzen Aufdruck.

Bei der Ausgabe zu 80 Pf/0,41 € vom 5. April 2001 wurde dagegen von Anfang an die Papierverpackung angewendet. Es gab anfänglich Etiketten mit Unterdruck vom Typ II in Hellzinnrot (2001) und viel später auch noch in Weiß ohne Unterdruck (2003). Dazwischen kamen auch Verpackungsschachteln der 2. Generation zum Einsatz. Die Schachteln wurden aber nicht wie bei dem Markenmotiv „Helgoland“ mit einem Klebeetikett versiegelt, sondern auf der Vorderseite mit einem quadratischen Papieretikett im Format 80 x 80 mm mit hellzinnrotem (2001) oder gelbem (2002) Sicherheitsunterdruck vom Typ II beklebt. Da es sich bei der

genannten Wertstufe um eine Übergangslösung wegen der Währungsumstellung handelte, kamen sowohl bei der Papier- als auch bei der Schachtelverpackung zunächst Etiketten mit doppelter Gesamtwertangabe in Deutsche Mark und Euro, später dann nur noch mit einer Wertangabe in Euro vor.



Die in 2.000er-Rollen hergestellte Wertstufe zu 0,45 € (Erstausgabedatum 27. Dezember 2002) erhielt eine Papierverpackung, während die Wertstufen zu 0,25 und 0,40 € (Erstausgabedatum 8. Januar 2004) in einer Schachtelverpackung der 2. Generation mit aufgeklebtem Papieretikett ausgeliefert wurden. Die Papieretiketten der Euro-Ausgaben bestanden alle einheitlich aus weißem Papier mit schwarzem Aufdruck und hatten ein Format von ca. 80 x 80 mm.

Bei allen Schachtelverpackungen, unabhängig davon ob mit Rollen zu 2.000 oder 10.000 Stück, wurden jeweils zehn Schachteln mit Klebestreifen oder bei den Schachteln der 1. Generation mit Punktklebung zusammengefügt.



Bei der letzten Produktionsphase von Großrollen im Herbst 2006 wurden die Rollen wiederum zwischen zwei Pappen gelegt, aber dieses Mal in Folie eingeschweißt und darauf ein neu gestalteter 50 x 70 mm großer Aufkleber angebracht. Er enthielt Angaben zur Dauerserie und zum Motiv, zur Wertstufe, zur Anzahl der enthaltenen Rollenmarken und zum Gesamtwert. Im unteren Teil waren auch noch die Produktnummer und eine Prüfer- bzw. Verpackernummer sowie das Verpackungsdatum aufgedruckt. Der Aufkleber war komplett gedruckt, enthielt also keinerlei zusätzlichen Abstempelungen oder handschriftlichen Vermerke. Diese Verpackungsvariante kam bei der Wertstufe zu 0,40 € in 2.000er-Rollen und bei den beiden Ausgaben zu 0,25 € und 0,55 € in 10.000er-Rollen zur Anwendung.



In der Anfangszeit konnte auf den Verpackungen von 10.000er-Rollen mit waagerechter Zählnummer vereinzelt ein besonderer Hinweiszettel entdeckt werden, der über das eigentliche Verpackungsetikett geklebt war. Es handelte sich dabei um einen rosafarbenen Zettel im Format 45 x 45 mm mit folgendem schwarzen Maschinenaufdruck: „HINWEIS / Die Rückseitennummerierung / ist fehlerhaft. / Der Inhalt von / 10000 Postwertzeichen / wird gewährleistet. / Bundesdruckerei“. Wie aus dem Textaufdruck schon hervorgeht, wurde dieser Hinweiszettel aufgeklebt, wenn bei der verpackten Rolle an der rückseitigen Nummerierung ein Fehler unterlaufen ist.



Vereinzelt tauchten auch Verpackungen mit einem sogenannten Retourenaufkleber auf. Deren Anbringung erfolgte durch die Niederlassung Philatelie in Weiden, wenn von Außenstellen Markenrollen nach Weiden zurückgeschickt wurden. Neben der Artikelnummer sind Motiv und Rollengröße angegeben. Die weiteren Buchstaben und Zahlen bezeichnen den genauen Stellplatz im dortigen automatischen Lagerverwaltungssystem.