

Handbuch Briefmarken 4.11

Version	Datum	die	Änderungen
1.0	26. September 2012	Administratoren Briefmarken	erste Version
1.1	26. September 2012	Catawiki	Erstellung
1.2	27. Februar 2013	Administratoren Briefmarken	2. Abkürzungen im Titeltext angepasst 16. Designer. Der Text wurde angepasst, der Satz über Kinderzeichnungen wurde entfernt.
2.0	22. April 2013	Administratoren Briefmarken	28. Bilder. Erweitert mit Kapiteln
2.1	Januar 17, 2021	Community-Manager	Übertragen von Catawiki zu LastDodo
2.2	7. Februar 2021	Administratoren	10.2 Zahnsorte
2.3	18. Februar 2021	Community-Manager	10.1 Bild hinzugefügt
2.4	27. Februar 2021	Administratoren	10.1 Briefmarke mit Reiter, Zusatztext 10 .3 Gelegenheitsumschlag / Karte
2.5	2. April 2021	Community-Manager	Was wird im Briefmarkenbereich enthalten sein
2.6	4. April 2021	Community-Manager	Links angepasst
3.0	23. April 2021	CM + Super-administrator	Serie geändert in Ausgabe
3.1	19. Nov 2021	CM	9. Verwendungsart
3.2	8. Jan 2022	SA + CM	Verwendungsart, Abmessungen, Einzelheiten
3.3	15. Jan 2022	CM	10.4 Ersttagsbrief (FDC)

3.4	30. Jan 2022	CM + SA	10 Typ
3.5	20. Feb 2022	SA	10.12 Zusammendruck
3.51	25. Feb 2022	CM	28.4 Entfernt
3.52 / 3.53	24. Apr 2022	CM	10 Typ 6. Punkt - Gelöschter Text wiederhergestellt + Text angepasst
3.60	9. Mai 2022	CM + SA	9. Jul-Marken + 10.13 Kehrdruk
3.61	10. Mai 2022	CM	9. Text angepasst
3.7	8. Jan 2023	CM + Übersetzer	3. Nennwert
3.8	12. Feb 2023	CM + Administratoren + Übersetzer	10.4 Ersttagsbrief (FDC) 27 Katalogwert
3.9	12-05-2023	Administratoren	3. Nennwert + 19. Wasserzeichen
3.91	15-10-2023	Administratoren	11 Themen / Motiv + 28.1 Bilder
3.92	09-11-2023	Übersetzer	3. Nennwert
3.93	20-11-2023		13. Persönliche Themen
4.0	28-01-2024		10.4 Ersttagsbrief (FDC)
4.01	30-01-2024		10.4 Ersttagsbrief (FDC)
4.11	19-04-2024		5. Ausgabe Gruppe 10.14 Serie

1.	Einführung	5
2.	Titel	6
3.	Nennwert	6
3.1.	Zuschlag	7
3.2.	Doppelter Wert	7
3.3.	Kombinationen	7
3.4.	Aufdruck	7
4.	Land/Region	7
5.	Ausgabe Gruppe	8
6.	Seriennummer in Ausgabe Gruppe	8
7.	Grundfarben	8
8.	Genaue Farben	8
9.	Verwendungsart	8
10.	Typ	9
10.1.	Briefmarke mit Zierfeld	9
10.2	Zählungsvarianten	10
10.3	Gelegenheitsumschlag / -Karte	10
10.4	Ersttagsbrief (FDC)	11
10.5	Automatenmarke	11
10.6	Markenheftchenvariante	11
10.7	Zwischenstegpaar	12
10.8	Ersttagskarte	12
10.9	Hangverpackung	12
10.10	Jahressammlung	12
10.11	Maximumkarte	12
10.12	Zusammendruck	13
10.13	Kehrdruck	13
10.14	Serie	13
11.	Themen/Motiv	13
12.	Geografische Themen	14
13.	Persönliche Themen	14
14.	Darstellung auf der Marke	14

15.	Katalognummern	14
16.	Designer/Graveur	14
17.	Druckerei	15
18.	Zählung.....	15
19.	Wasserzeichen	15
20.	Lumineszenz	15
21.	Drucktechnik.....	15
22.	Papierart.....	15
23.	Gummierung.....	15
24.	Druckauflage.....	15
25.	Abmessungen/Durchmesser	15
26.	Einzelheiten	15
27.	Katalogwert	16
28.	Bilder	16

1. Einführung

In der Briefmarken Rubrik werden aufgenommen:

1. Briefmarken und ähnliche Artikel, die von einem autorisierte Postdienst herausgegeben werden und mit denen Sie für den Versand von Post bezahlen können ("Frankieren").
2. Derivate, die eine oder mehrere der oben genannten Briefmarken oder ähnliche Artikel enthalten (z. B. Ersttagsbriefe).

"Politik der Toleranz"

In der Philatelie ist eine Cinderella eine Briefmarke, die auf den ersten Blick einer Briefmarke ähnelt, aber keine Briefmarke ist, weil sie nicht von einem anerkannten Postdienst herausgegeben wurde.

Wir "tolerieren" Cinderellas in der Briefmarkenabteilung aus praktischen Gründen. Auch weil viele Briefmarkensammler sie in ihrer Sammlung haben.

Cinderellas werden mit dem Land erfasst: "[Land, Region oder Ort]" – Cinderella.

Zum Beispiel: **Schweiz - Cinderella** oder **Indien - Nagaland - Cinderella**

Einige der aktuellen Elemente werden im Laufe der Zeit in ein Cinderella-Land/einen -Bereich übertragen. Es werden weiterhin "graue" Bereiche geben, darüber entscheiden die Administratoren.

Viele Eingabefelder enthalten bereits Anweisungen. Die folgenden Anweisungen sind als Ergänzung gedacht.

2. Titel

- Der Titel beginnt mit einem Großbuchstaben (oder einer Zahl, z. B. 100 Jahre Briefmarken).
- Vermeiden Sie Abkürzungen im Titel. Diese sind meist schlecht übersetzt und es entsteht ein unordentlicher Eindruck. Namen wie NATO, UPU und DDR können genannt werden (ohne Punkte).
- Es ist nicht erlaubt, Nummern aus anderen Katalogen in den Titel zu setzen. Achten Sie auch auf das exakte Kopieren von Titeln aus anderen Katalogen, tun Sie dies nicht konsequent! LastDodo ist ein eigenständiger Katalog, keine Kopie eines anderen (Papier-)Katalogs.
- Alle Marken einer Serie haben in der Regel den gleichen Titel (erstes Ausfüllfeld). (Das sieht in der Bildergalerie am besten aus, und so sehen Sie sofort, was zusammengehört).
Eine Ausnahme kann bei großen, langlaufenden Serien gemacht werden, bei denen die dargestellten Themen stark variieren. In diesem Fall ist ein Titel, der sich auf den Briefmarke bezieht, für die Erkennbarkeit sinnvoll. Bei kombinierten Serien kann es auch sinnvoll sein, die Marken separat zu benennen. Denken Sie an Jubiläums- oder Sonderserien, bei denen verschiedene Themen in einer Briefmarkenausgabe Gruppe kombiniert werden. Achten Sie darauf, dass der Serientitel exakt gleich ist, damit die Marken miteinander verknüpft werden.
- Ein Administrator kann entscheiden, einen Titel zu ändern, wenn er Fehler enthält oder aus Gründen der Einheitlichkeit und Erkennbarkeit des Katalogs.
- Geben Sie im Titel keine unnötigen Informationen an, die sich in anderen Eingabefeldern befinden können.

Beispiele:

Architekturtagung Moskau. Denn "Moskau" kann mit geografischen Themen gefüllt werden.

Der Maler Rembrandt. Für 'Maler' können die Themen ausgefüllt werden.

Geburts- und Todesjahr einer Person: dies kann im Feld Personen eingegeben werden.

- Namen von Personen im Titel:
Vorname und Nachname (in dieser Reihenfolge) oder nur Nachname.

Wie folgt:

- o Rembrandt oder Rembrandt van Rijn (nicht Van Rijn, Rembrandt)
- o Königin Juliana
- o J.F. Kennedy, John F. Kennedy oder Kennedy

3. Nennwert

Kopieren Sie den Wert genauso, wie er auf der Briefmarke erscheint, ohne das Münzzeichen.

Satzzeichen können verwendet werden (., ' / -), um einen Nennwert darzustellen.

Zum Beispiel: 250/-

Verwenden Sie Punkt oder Komma wie auf der Briefmarke. Verwenden Sie auch ein Komma (oder einen Punkt) für Wertangaben mit größeren und kleineren Zahlen. Schreiben Sie keine Leerzeichen zwischen die Zahlen. Wenn auf einer Marke \$5,00 steht, geben Sie 5,00 ein. Wenn auf einer Marke 50c steht, tragen Sie 50 ein



Große und kleine Ziffern oder eine Ziffer, Leerzeichen und dann Ziffern hinten: Das ist eine Zahl mit Dezimalstellen. Nennwert wird mit Dezimalpunkt geschrieben (NICHT mit Leerzeichen).

Verwenden Sie das im jeweiligen Land oder der Region übliche Dezimaltrennzeichen. In Ländern/Regionen, in denen manchmal ein Punkt und manchmal ein Komma als Dezimaltrennzeichen verwendet wird, müssen Sie sich entscheiden.

Wenn auf der Marke eine Zahl oder ein Wort für die Tarifgruppe angegeben ist, z. B. 1, 2, Europa, First Class, P (für Kanada), Forever (für USA), tragen Sie das ein. Verwenden Sie keine Bindestriche, wenn kein Eintrag auf der Marke vorhanden ist, lassen Sie das Feld einfach leer.

Ausnahme: Wenn auf der Marke z. B. "ein Gulden" oder "ein Pfennig" steht, dann tragen Sie 1 ein. Bei Brüchen im Wert: $\frac{1}{2}$, $\frac{1}{4}$, usw. nur verwenden, wenn es so auf der Marke steht.

Grundsätzlich gilt, dass das Feld Nennwert bei Artikeln mit einer Briefmarke oder bei Artikeln (z.B. Bögen/Blöcke) mit mehreren Briefmarken, die einen aufgedruckten Gesamtwert haben, ausgefüllt wird.

- Bei Serien mit mehr als einer Marke ist kein Nennwert einzutragen. Das Feld bleibt leer.
- Bei Blöcken, die aus einer Marke bestehen, geben Sie den Marke Wert ein.
- Bei Ganzsachen tragen Sie den Nennwert ein.
- Bei Blöcken, Bögen oder Markenheftchen, die aus mehreren Briefmarken bestehen, ist der Nennwert nicht einzutragen, es sei denn, der Gesamtpreis ist angegeben.
- Bei Artikeln, auf denen Briefmarken aufgeklebt sind (z. B. Ersttagsbrief, Maximum Karten, Briefumschläge für Anlässe usw.), und bei Mappen ist der Nennwert nicht einzutragen.

3.1. Zuschlag

Für eine Zuschlagsmarke von z.B. Fr. 1.00 plus Fr. 0.25 geben Sie ein 1.00+0.25. Wenn es heißt Fr. 1 + 25c füllen Sie aus: 1+25 (kein Leerzeichen zwischen Wert und +)

3.2. Doppelter Wert

Einige Marken enthalten zwei Werte in verschiedenen Währungen, z.B. bei der Einführung des Euro. Wie folgt auszufüllen: 1,00 * 0,45 (erster Wert, Leerzeichen, Sternchen, Leerzeichen, zweiter Wert) Reihenfolge wie auf der Marke angegeben.

3.3. Kombinationen

Bei Zusammendrucke und Kombinationen keinen Wert angeben

3.4. Aufdruck

Dazu verwenden wir das Doppelkreuz #

Zuerst den Wert der Aufdruck eingeben, dann #, dann den Wert der auf der Originalmarke erscheint.
Beispiel: 5#1,25

Mit einem Aufdruck auf einer Marke mit Aufdruck e.g. 10#5#1,25 (der neueste Aufdruck auf der Vorderseite).

Es können Zuschläge anfallen. Zum Beispiel eine 1-Dollar-Marke mit einem Zuschlag von 35 Cent, überdruckt mit Wert \$2 und Zuschlag \$10 Cents: 2+10#1+35. Bei einem Aufdruck auf einer Marke z.B. 10#5#1,25 (der jüngste Aufdruck vorne)

Im Falle eines Aufdrucks mit Prozentsatz sollten Sie dies wie folgt erwähnen: 25+10% oder 1,45-15%

4. Land/Region

Wählen Sie in der Liste einen Bereich aus, zu dem der Artikel gehört. Wenn Sie den Bereichsnamen nicht sofort in der Liste finden können, dann prüfen, ob er unter einem anderen Namen aufgeführt ist oder ob er ein Teilbereich ist eines Hauptgebietes.

Sie können dafür das Suchsystem verwenden.

Wenn Sie den Bereich trotzdem nicht finden können, senden Sie bitte eine Nachricht an einen der Marken-Administratoren oder stellen Sie Ihre Frage im Forum.

5. Ausgabe Gruppe

Eine Ausgabe Gruppe ist ein zusammenhängender Satz von postalischen und ähnlichen Briefmarken, die in der Regel auf ähnliche Weise herausgegeben werden, sowie von diesen Briefmarken abgeleitete Produkte wie FDCs, Sorten, Maximumkarten, usw.)

- Ausnahmen hiervon sind möglich. Ein zusammenhängender Satz kann in mehrere Ausgabegruppen aufgeteilt werden, wenn es so viele Briefmarken gibt, dass es unübersichtlich wird, und es aus praktischen Gründen besser ist, eine Aufteilung vorzunehmen, wie zum Beispiel im Fall der englischen Machins-Marken.
- Die Gebietsspezialisten oder (Super-)Administratoren legen diese Ausnahmen fest.
- Die Benennungskonvention lautet: Jahreszahl [Leerzeichen] Name der Ausgabe Gruppe. Die Jahreszahl ist das erste Jahr der Ausgabe der zugehörigen Artikel.
- Halten Sie den Namen der Ausgabe Gruppe kompakt. Verwenden Sie den Namen vorzugsweise so, wie er auf den Bogen oder FDCs der Ausgabe Gruppe erscheint, um die Auffindbarkeit zu verbessern.
- Geben Sie keine Informationen in den Namen ein, die auch in anderen Feldern des Artikels eingegeben werden können.
- In den meisten Fällen handelt es sich um Briefmarken und Nebenprodukte, die am selben Tag erschienen sind. Nachdrucke und Varianten (Gummierung, Zähnung usw.) sowie Briefmarken späteren Datums, die als Ergänzung oder Ersatz (neue Werte, geänderte Farben, Überdrucke usw.) gedacht sind, werden jedoch ebenfalls unter demselben Namen der Ausgabe Gruppe gesammelt.
- Die Füllung der Ausgabe Gruppe ist Politik von LastDodo, also nicht eine Kopie von anderen Katalogen.

6. Seriennummer in Ausgabe Gruppe

Vorgesehen für die Aneinanderreihung innerhalb einer Ausgabe Gruppe. Verwenden Sie dafür Zahlen und, falls erforderlich, zusätzliche Buchstaben.

Halten Sie das System der laufenden Nummern einfach und transparent. Das Ausfüllen einer Nummer ist für jeden erkennbar und einfach auf Ergänzungen einer Ausgabe Gruppe anzuwenden. Die Verwendung von Buchstaben oder Codes ist oft unnötig und wirft Fragen auf bei anderen Benutzern. Die Seriennummer ist immer verknüpft mit dem Typ, der eine Rangfolge hat (mit Vorrang vor der Seriennummer).

7. Grundfarben

Wenn eine Marke nur eine oder zwei Farben hat, dann geben Sie diese Farben hier ein. Wenn Sie mehr Farben sehen, dann geben Sie "mehrfarbig" ein.

In Ausnahmefällen können Sie neben mehrfarbig auch eine zusätzliche Farbe eintragen. Zum Beispiel für Marken oder Blöcke, die genau gleich sind, bis auf eine silberne oder goldene Hintergrundfarbe. Die Farbe eines Aufdrucks können Sie auch mit den Grundfarben ausfüllen; die Farbe kann auch zur Klärung im Feld „Einzelheiten“.

8. Genaue Farben

Weitere Erläuterungen zu den Grundfarben.

Zum Beispiel: blaugrün oder violett schwarz (Grundfarbe als grün oder schwarz).

Wenn Sie bei den Grundfarben 'mehrfarbig' eingetragen haben, ist es nicht notwendig, genaue Farben einzutragen.

9. Verwendungsart

Vorzugsweise immer ausfüllen. Wenn Sie nichts ausfüllen, wird der eingegebene Artikel nicht in der Grundausswahl angezeigt.

Cinderellas sind "Ohne Frankaturwert". In einem Bereich mit ' - Cinderella' im Namen sollen jedoch alle Marken eine Verwendungsart wie 'Dauermarken' oder 'Flugpost' haben.

Andernfalls wird nichts angezeigt, wenn der Filter "Standard" aktiviert ist (wenn Sie den Katalog für diesen Bereich öffnen, sehen Sie nichts).

Dies ist aus praktischen Gründen eine Ausnahme.

Jul-Marken (skandinavische Länder) haben keinen Frankaturwert, sind aber in der Briefmarkenrubrik enthalten, Name des Landes + Cinderella. Die Marken können zusammen mit der Frankatur auf der Vorderseite der Sendung angebracht werden. Für Jul-Marken verwenden Sie die Verwendungsart "Jul-Marke".

10. Typ

- Eine lose (lose herausgegebene) Marke ist eine "Serie" und eine "Marke". Hier sind zwei Entscheidungen zu nehmen.
- Wir nehmen Kleinbogen in den Katalog, aber Bögen Teile wie Paare, Blöcke/Streifen von 4 (oder 5,6, etc.), Kombinationen von Bögen oder Blöcke, Marken mit Bogenrändern, datierte Ecken, und andere mögliche Abteilungen sind nicht enthalten, es sei denn, es ist ein Zusammendruck (siehe Erklärung der verschiedenen Arten). Mit ein paar Ausnahmen. (Ausnahmen können nach dem Länderspezifische Bedürfnisse von den Administratoren geprüft werden. VB Israel : Marken mit Blattrand) (Ausnahmen können von den Administratoren je nach den Bedürfnissen des jeweiligen Landes neu überdacht werden. Zum Beispiel Israel: Briefmarken mit Blattrand).
- Kombinationen aus Heften sind enthalten.
- Alle Formen von Kehrdruken.
- Eine Serie besteht aus einer oder mehreren Briefmarken.
- Handelt es sich bei dem Erscheinungsbild einer Serie um einen Zusammendruck, so wird sie einmal als Serie und einmal als Zusammendruck aufgeführt. Nur wenn die Marken der Serie auch separat ausgegeben werden, werden sowohl die Serie mit separaten Marken als auch der Zusammendruck separat aufgeführt.

Wenn mehrere Kombinationen von einem Bogen abgetrennt werden können, wird nur ein Artikel auf LD aufgeführt. Andere Formen können als 2. und 3. Bild zur Veranschaulichung hinzugefügt werden.

Siehe auch 10.12 Zusammendruck.

Über die Definition von Block, Bogen und Kleinbogen gab es schon immer unterschiedliche Meinungen. Gerade bei internationalen Namen ist es manchmal schwierig, sie in einem Wort zu erfassen.

Block: eine Sammlung von einer oder mehreren *verschiedenen* Marken, umgeben von einem Bogenrand. Charakteristisch ist, dass ein Block separat ausgegeben wird.

Bogen / Kleinbogen: eine Sammlung von mehreren Marken, wobei mindestens eine Marke *mehr als einmal* vorkommt, umgeben von einem Bogenrand.

10.1. Briefmarke mit Zierfeld

Marken mit illustrierter Vignette ohne Frankaturwert, die an den Briefmarken angebracht ist, können aufgenommen werden. Wenn diese Vignette bei jeder Marke standardmäßig im Bogen sitzt, wird sie als Typ „Marke“ aufgenommen und als zweiter Typ „Marke mit Zierfeld“, falls erforderlich. Die lose Marke ohne Zierfeld darf nicht als separater Artikel aufgenommen werden. Die



Marke ohne Vignette kann als 2. Bild, nicht als neuer Artikel.

Es gibt nur eine Kombination des Artikels erlaubt im Katalog. Also keine separate Artikel als Zierfeld links, Zierfeld rechts, Zierfeld oben, Zierfeld links und rechts, usw. Ein Zierfeld links oder rechts ist kein neuer Artikel, kann aber wieder als 2. oder 3. Bild gestellt werden.

Enthält ein Bogen weniger Felder als Marken, kann sowohl ein Artikel mit „Marke“ als auch ein separater Artikel mit dem Typ 'Marke mit Zierfeld' in den Katalog aufgenommen werden. So ist das Zierfeld nicht standardmäßig auf jeder Marke. Also die Marke als Marke und die Marke mit der Vignette als Marke mit Zierfeld.

Eine Marke mit Bogenrand als „Zierfeld“ ist nicht als separater Artikel enthalten. Ausnahme ist Israel, wo der Bogenrand oft als Zierfeld verwendet wird und es die übliche Art ist, dieses Bereich zu sammeln.

Zierfelder von Marken aus Markenheftgen sind immer unter dem Typ „Zusammendruck aus Heftgen“ zu finden. Also hier nicht „Marke mit Zierfeld“ eingeben.

Zierfelder ohne Briefmarke sind nicht enthalten.

Fast jede Marke gibt es auch mit Bogenrand, oft weiß, aber auch mit Zählnummer, Text, Barcode, Zeichnung usw. Es ist nicht beabsichtigt, diese als „Marke mit Zierfeld“ im Katalog hinzuzufügen

10.2 Zähnungsvarianten

Zählungsvariante: wie das Wort selbst sagt, handelt es sich um eine Variante einer ursprünglich vorhandene Zähnung.

Marken mit der gleichen Zähnung die eine, zwei oder drei ungezähnte Seiten haben (einschließlich Marken von Heftchen) sind keine Zähnungsvarianten sondern bleiben fallen unter den Typ „Marke“. Auch die völlig ungezähnte Marken sind keine Zähnungsvarianten.

Selbstklebende Marken, die in der gleichen Ausführung wie eine gummierte Marke ausgegeben sind, dürfen nicht eingestuft werden als Variante, sondern als Marke. Die Unterschiede zwischen diesen Marken sind so groß das sie im Allgemeinen nicht als Variante von einander betrachtet werden.

10.3 Gelegenheitsumschlag / -Karte

Briefumschlag oder Karte, in Auflage ausgegeben. einer Ausgabe erscheint. Sie muss 3 Bedingungen erfüllen:

- Bedruckt mit Text und/oder Bild, die sich auf das Thema der Ausgabe Gruppe beziehen.
- Mit Briefmarke(n) bedeckt.
- Abstempelung. Vorzugsweise mit, falls vorhanden, einem speziell für diese Ausgabe Gruppe angefertigten Stempel.

Die aufgeklebte Marken haben manchmal und manchmal nicht mit dem Thema der Ausgabe Gruppe zu tun.

Daher ist das Thema auf dem Umschlag (oder der Karte) führend.

Ersttagsbriefe (FDC's) sind nicht in Gelegenheitsumschlag/-Karte enthalten. Sie sind als separater Typ enthalten.

10.4 Ersttagsbrief (FDC)

Ein FDC ist ein Umschlag, der mit Briefmarken versehen ist und hat einen Datumstempel mit das gleiche Datum wie das Ausgabedatum dieser Briefmarken.

Die Umschläge erfüllen die folgenden Bedingungen:

1. Ein Ersttagsbrief, der aus einem gewöhnlichen Umschlag besteht, wird nur einmal pro Ausgabe Gruppe in den Katalog aufgenommen.
2. Ein Ersttagsbrief, der aus einem speziell für die Briefmarkenausgabe vorbereiteten Umschlag besteht, kann in mehrere Varianten aufgenommen werden.

Unterschiede, die nie zu einem neuen Artikel führen, sind:

- a. Unterschiedliche Reihenfolge der Briefmarken.
- b. Identische lose Briefmarken.
- c. Bogenteile, mit Ausnahme von Paaren, 4er-Blöcken und Zusammendrucke.
- d. Sonstige Briefmarken, die nicht Teil der Ausgabe Gruppe sind.
- e. Anzahl der Stempel.
- f. Die Position der Stempel
- g. Leichte Farbunterschiede im Stempel (Grundfarben müssen unterschiedlich sein, wobei Grau und Schwarz als die gleiche Farbe angesehen werden).
- h. Umschläge mit/ohne Adressierung oder unterschiedlichen Anschriften oder beigefügten Etiketten.

Erklärung

* Bei alten Ausgabe Gruppen wurde manchmal ein spezieller Stempel verwendet, um ein Bild auf mehreren Umschlägen zu platzieren. Ein solcher Umschlag fällt unter Regel 2.

* Scans von Varianten, die nicht zu einem neuen Artikel führen, können als zweiter, drittes, etc..., Bild hinzugefügt werden.

10.5 Automatenmarke

Automatenmarken sind Marken, aus einem Automaten kommend, die den Wert auf Wunsch des Käufers auf ein vorgedrucktes Etikett ausdrückt.

Diese Marken sollten nicht getrennt nach Nennwert in den Katalog eingetragen werden. Obwohl das Bild einen bestimmten Wert anzeigt, oder wenn es eine leere Automatenmarke ohne Wertbezeichnung gibt, sollte der Nennwert als z.B. '0,01-9999' eingegeben werden, abhängig von den Möglichkeiten der Ausgabe des Automaten.

Einige Automaten geben eine begrenzte Anzahl von Werten aus, meist in den aktuellen Postgebühren. Dies sind sogenannte Tastenwerte und werden wertmäßig in den Katalog aufgenommen.

10.6 Markenheftchenvariante

Briefmarkenheftgen mit z.B. einen anderen Text auf dem Deckel, Umschlag, Zählblock, Nachdruck oder Lumineszenzvariante.

10.7 Zwischenstegpaar

Ein "Zwischenstegpaar" ist eine Kombination von identischen* Marken, die durch eine leere Vignette oder durch eine Vignette mit z. B. Farbcodes getrennt sind. Diese Kombinationen stammen aus großen Markenbögen und existieren sowohl senkrecht als waagrecht.

Ein Zwischenstegpaar ist entworfen, um große Bogen handhabbar zu machen für dem Schalterpersonal in den Postämtern. In der Regel die Hälfte eines Bogen von 100 oder 200.

*Ein Zwischenstegpaar besteht in der überwiegenden Mehrheit der Fälle aus zwei identischen Marken, möglicherweise im Kehrdruck.



10.8 Ersttagskarte

Plastikkarte im Kreditkartenformat, ausgegeben von der Firma Huisman. Mit Briefmarke, abgestempelt am 1. Tag der Ausgabe.

10.9 Hangverpackung

Verpackungen mit Postartikeln für den Schalterverkauf. Charakteristisch ist eine Hangöse und dass die Verpackungen stückweise verkauft werden. Die Artikel sind lose in der Verpackung.

Zu diesem Typ gehören zum Beispiel die folgenden Artikel:

- Hangschachteln mit einer Rolle von 50, 100 oder 200 Briefmarken;
- Mail-Sets mit Hangöse, die ein Blöckchen mit verschiedenen personalisierten Briefmarken und passenden Karten enthalten.

10.10 Jahressammlung

Von der Post herausgegebene Jahresbriefmarken, verpackt in einer Mappe, einem Ordner oder in Buchform.



10.11 Maximumkarte

Eine Maximumkarte ist eine bestehende Ansichtskarte (Postkarte), die auf der Bildseite ausgestattet ist mit einer später ausgegebenen Marke, wobei die Darstellung sich direkt bezieht auf der Karte.

Die Marke soll abgestempelt sein mit einem lesbaren Stempel, wobei der Stempel in direktem Zusammenhang mit dem Thema auf der Karte stehen muss. Es gibt viele kommerziell ausgegebene Karten, auf denen die betreffende Briefmarke im Großen abgebildet ist.

Es muss also eine 'maximale' Übereinstimmung zwischen Postkarte, Ansichtskarte, Briefmarke und Stempel gegeben sein.

10.12 *Zusammendruck*

Zusammenfassend gilt für in LD zugelassene Zusammendrucke folgendes:

- Alle Freimarken in einem Zusammendruck unterscheiden sich voneinander (Bild, Farbe, Wert und/oder Aufdruck oder andere Unterschiede);
- Es wird nur der größtmögliche Block oder der größtmögliche Streifen zugelassen;
- Ein Streifen und ein Block sind keine einzelne Artikel, sondern zwei Bilder innerhalb eines Artikels;
- Teile des größtmöglichen Zusammendrucks sind nicht erlaubt.
- Vignetten sind in einem Zusammendruck erlaubt (es gibt mindestens zwei echte Marken);
- Wenn aus einem Bogen mehrere Zusammendrucke gebildet werden wobei nur die Vignette unterschiedlich ist, ist nur einer erlaubt (die anderen können als zweites Bild verwendet werden).

* Die obigen Regeln gelten nicht für Kombinationen aus Briefmarkenheftchen.

10.13 *Kehrdruck*

Ein Kehrdruck, oder Tête-bêche, ist eine Zusammenstellung von zwei identischen Marken, wobei eine Briefmarke im Vergleich zur anderen auf dem Kopf steht.

Möglicherweise mit einem Streifen zwischen die Marken. Dreiecksmarken gehören nicht zum Typ Kehrdruck.

10.14 *Serie*

Bei einer Serie handelt es sich um einen Artikel, der die einzelnen Briefmarken einer Ausgabe Gruppe darstellt, die üblicherweise als ganze Serie gekauft und verkauft werden.

Dies macht die Serie für den Kauf- und Verkaufsprozess nützlich.

- Wenn dies in der Praxis zweckmäßig ist, weil bestimmte Briefmarken oft zusammen verkauft werden, kann eine Ausgabe Gruppe möglicherweise aus mehreren Serien bestehen.
- Eine Briefmarke kann nur in einer Serie enthalten sein.
- Die meisten Serien werden am selben Tag herausgegeben.

Ein wichtiges Merkmal, das bei losen Briefmarken in einer Ausgabe Gruppe unterschiedlich ist, ist in vielen Fällen ein Grund, Briefmarken nicht in eine Serie aufzunehmen (gezähnt vs. ungezähnt, Frankierung vs. Luftpost, Jahr, Wasserzeichen, mit Lasche und ohne Lasche, ...).

Farbe, Form oder Nennwert sind nie ausschlaggebend dafür, ob einzelne Briefmarken in einer Serie erscheinen oder nicht.

Die Serie muss den notwendigen Nutzen haben (Sammler und Anbieter müssen sich über Angebot und Nachfrage einig sein).

Sollte es innerhalb einer Ausgabe Gruppe einmal zu Meinungsverschiedenheiten (Zusammensetzung) über eine Serie kommen, ist der Gebietspezialisten (und in dessen Abwesenheit ein Super Administrator) der einzige, der den Knoten durchschlagen kann.

11. Themen/Motiv

In einer Serie wählen Sie ein übergreifendes Thema - oder mehrere - für die gesamte Serie und spezifischere Themen für die lose Marke. Zum Beispiel in einer Serie über Tiere wählen Sie als Thema 'Tiere' und in den losen Marken für 'Tiere' und 'Schwein', 'Pferd' oder 'Hund', je nachdem, was drauf ist.

Ein Stempel oder ein Bild auf einem Ersttagumschlag oder einem anderen Umschlag ist thematisch interessant, also füllen Sie auch das aus.

12. Geografische Themen

Siehe Erklärung beim Eingabefeld.

13. Persönliche Themen

Siehe Erklärung beim Eingabefeld.

Keine Zeichentrickfiguren, Romanfiguren oder Tiernamen in diesem Register.

Überprüfen Sie, ob sich ein Name noch nicht in der Registrierung befindet (mit einer alternativen Schreibmethode). Titel werden im Allgemeinen weggelassen.

König Baudouin geben Sie ein als Baudouin von Belgien, egal ob er ein Prinz oder ein König ist (sonst haben Sie 2x Baudouin, einmal Prinz Baudouin und einmal König Baudouin).

Zur besseren Lesbarkeit Jahreszahlen wie folgt: [1900-1980]. Nähere ausführliche Informationen zu einer Person können Sie eingeben auf den Hintergrundseiten.

14. Darstellung auf der Marke

Hier ist zu beschreiben, was auf der Marke steht, sollte es nicht aus den Einträgen für die Themen oder andere Eingabefelder ersichtlich sein. Dieses Feld ist noch nicht mehrsprachig, bitte respektieren Sie die Eingabe anderer Sprecher und lassen Sie den Text stehen.

15. Katalognummern

Sie folgen den relevanten Katalogen in der Schrift der Nummern.

Zum Beispiel:

- Bei den Michel-Nummern tragen Sie 340 Y ein (also ein Leerzeichen zwischen der Nummer und dem Buchstaben)
- Stanley Gibbons Blocken MS350 (also ohne Leerzeichen).

Wenn bei der Art oder Verwendungsart bereits erwähnt ist, dass es sich z.B. um einen Block, eine Portomärke, eine Maximumkarte oder eine Luftpostmarke handelt, sollte dies bei der Katalognummer weggelassen werden. Für Michel Block 50 geben Sie also beim Typ 'Block' und bei der Nummer nur '50' ein.

Wenn ein Buchstabe Bestandteil der Katalognummer ist, dann füllen Sie ihn aus, z. B. bei einer FDC-NVPH-Nummer: E25

16. Designer/Graveur

Siehe Erklärung beim Eingabefeld ‚Persönliche Themen‘.

Der Designer einer Briefmarke auf der die Nachtwache steht ist nicht Rembrandt, sondern die Person, die das Design dieser Marke entworfen hat.

Bei Ersttagsbriefe, Gelegenheitsumschläge, Maximumkarten usw. müssen Sie den Designer dieser Gegenstände eintragen, nicht den der Marke (es sei denn, es handelt sich um denselben Designer).

17. Druckerei

Füllen Sie hier den Drucker des Artikels aus. Bitte beachten Sie, dass bei Ersttagsbriefe der Drucker des Umschlages angegeben werden muss.

18. Zählung

Kamm- oder Kastenzählung ist K.

Linienzählung ist L.

Für gestanzte Marken füllen Sie S (geschlitzt oder gestanzt) aus. Wenn es von eine Marke Schlitzvarianten gibt, dann diese bitte in den „Einzelheiten“ eingeben.

Ein zusätzliches Dropdown-Menü für die Zählungstypen wird bearbeitet.

19. Wasserzeichen

Wasserzeichen werden von der Rückseite her betrachtet und beschrieben. Die Liste der Wasserzeichen ist fast vollständig. Wenn eine Sorte oder Abweichung nicht in der Liste enthalten ist, kann sie unter "Einzelheiten" erwähnt werden. Beispiele sind invertierte oder gespiegelte Wasserzeichen.

20. Lumineszenz

Um anzugeben, welcher Typ oder wo sich die Lumineszenz auf der Marke befindet, z. B. "Phosphorband links".

21. Drucktechnik

Wählen Sie die Drucktechnik aus der Liste aus.

22. Papierart

Liste der verschiedenen Eigenschaften des Papiers.

23. Gummierung

Der Hauptzweck dabei ist, Varianten zu unterscheiden. Aber auch anzugeben, ob eine Marke gummiert iust oder selbstklebend ist.

24. Druckauflage

Schreibweise z.B. 1.000.000

25. Abmessungen/Durchmesser

Die Messung einer Marke erfolgt in ihrer Gesamtheit, einschließlich die Zählung. Immer in Millimetern, wie 15 x 20 mm (zum erst Breite, Leerzeichen, x, Leerzeichen, Höhe, Leerzeichen, mm). x also Kleinbuchstaben.

26. Einzelheiten

Siehe Erläuterung zum Eingabefeld.

Bestimmt für zusätzliche technische Informationen. Nicht für Hintergrundinformationen über die Ausgabe Gruppe Wenn die Briefmarke besteht aus einem Rahmen und einem Bild-Bereich, dann können Sie die genaue Abmessung des Bild-Bereich (innerhalb des Rahmens) im Feld Einzelheiten hinzufügen. Manchmal ist dies sehr wichtig, um feststellen zu können, welche Marke betroffen ist (z. B. bei P-stams, die persönlichen Briefmarken des Gebiets Japan).

27. Katalogwert

Der Katalogwert (KW) ist eine Angabe eines marktbasieren Preises eines Artikels in einem bestimmten Bedingung.

- Eine Briefmarke-Artikel kann ein KW in 3 verschiedenen Bedingungen erhalten.
- LastDodo hat eine eigene marktbasierende Preisbewertung und daher keine Kopie von Bewertungen aus anderen Katalogen.
- In LastDodo wird der KW automatisch vervollständigt und damit ist der geringstmögliche KW = € 0,05.

Für FDC's und Covers gilt die Bedingung "Postfrisch", wenn der Artikel nicht beschrieben ist und "Gestempelt" als der Artikel beschrieben/typisiert ist.

Wenn ein KW nicht korrekt ist, kann eine Preisrückerstattung an den Artikel eingereicht werden. Ausgestattet mit ein gutes Argument und der Unterschied muss im Vergleich zum aktuellen KW relativ groß sein.

28. Bilder

Verwenden Sie vorzugsweise einen Scanner. Dies gibt bei weitem das schönste Ergebnis ohne Verzerrung. Stellen Sie sicher, dass die Farben dem Original etwas entsprechen.

Bevor Sie das Bild platzieren: Begradigen Sie das Bild und schneiden Sie die Ränder. Hintergrund ist schwarz oder grau, so dass die Zähnung leicht sichtbar ist.

NB. Es ist nicht erlaubt, Bilder aus dem Internet, aus Prospekten oder anderen Katalogen zu verwenden!

28.1 Rückseite als zweites Bild

Bei FDCs, Gelegenheitsumschlägen und Ganzsachen sollte ein Scan der Rückseite als zweites Bild hinzugefügt werden, wenn diese vorgedruckt ist (z. B. mit Verlag, Drucker, Nummer usw.).

Bei Maximum- und Gelegenheitskarten sollte die Bildseite als erstes Bild und die Adressseite als zweites Bild hinzugefügt werden. In vielen Fällen ähneln sich die Bilder und die Unterschiede sind nur auf der Rückseite zu erkennen.

Sendungen, die vor dem 1. Dezember 2023 eingehen, sollten so weit wie möglich vervollständigt werden, werden aber nicht von vornherein abgelehnt. Nach diesem Datum eingereichte Sendungen, die dieser Regel nicht entsprechen, können abgelehnt werden.

28.2 Der schwarze Rand und ein gerades Bild

Auf Bild 1 eine Übersicht, die über der Vitrine aufgerufen werden kann. Die ersten beiden Reihen enthalten Bilder, die perfekt sind. Auf Bild 2 finden Sie zwei Beispiele dafür. Auf Bild 3 sind einige Bilder dieser Übersicht die das Bild stören durch ihren ungleichmäßigen und großen schwarzen Rand und ihr schiefes Bild.

Bild 1:



Bild 2 Beispiele, wie wir es gerne sehen.

Mit gleichem schwarzen Rand, der ausreicht, um die Zähnungen und ein gerades Bild zu sehen.



Bild 3 Beispiel für ein Bild mit einem schwarzen Rand, der zu groß und ungleichmäßig ist.

Oft korrigiert ein passionierter Administrator das Bild oder ein anderer Benutzer gibt ein neues Bild ein. Schade, denn es muss den ersten Benutzer nicht viel mehr Arbeit kosten.



28.3 Warum lieber keine fotografierte Bilder verwenden?

Fotografierte Bilder ergeben ein verzerrtes Bild und unterliegen daher keiner Korrektur. Oft geben Benutzer ein neues Foto ein. Sünde von der Arbeit des Fotografen..



28.4 Zu kleine Bilder

Die Größe, die LastDodo verwendet, ist bis zu 700 Pixel hoch oder 700 Pixel breit.

Sie können maximal 5 MB pro Foto hochladen. Obwohl LastDodo formal kein Minimum festgelegt hat, besteht das Ziel der Administratoren darin, mindestens 400 hoch oder breit zu fördern. Zu kleine Bilder zeigen keine Details wie Zahlen im weißen Rand oder Details in Waffen ohne Lupe.