

Die Entwicklung der Automatenmarken der USA

Von unserem langjährigen Sammlerfreund und Tauschpartner Karim Roder, wohnhaft in den USA, bekommen wir einen langen Artikel über die ATM Ausgaben der USA ab dem Jahr 1999 zur Verfügung gestellt. Auf Grund der Länge des Berichtes teilen wir diesen auf und werden in drei Ausgaben unseres Bulletins einen detaillierten Überblick über diese Briefmarken liefern, die leider im Michel Automatenmarken-Spezialkatalog nicht gelistet sind.

ATM Ausgaben mit 2D-Code in den USA

1. Einführung

Dieser Artikel soll einen Überblick über die diversen Wertzeichendrucker und ATM Ausgaben mit 2D-Code in den USA seit 1999 geben. Diese ATM mit 2D-Code sind den traditionellen Briefmarken gleichzusetzen, d.h. der Kunde kann sie jederzeit und überall im Gültigkeitsbereich, also z.B. auch in „Army Post Offices“ (Armeepostämter) in Übersee, zum Frankieren verwenden. Generell sind die erhaltenen Postwertzeichen mit (Verkaufs-) Datum versehen. Dies ändert allerdings nichts an ihrem Status, sprich sie können jederzeit und überall nach dem Ausdruck verwendet werden.

Die Schwaneberger Verlag GmbH setzt bei seiner Definition von ATM bekanntlich voraus, dass diese „anonym“ sein müssen, d.h. keinen Hinweis auf den Käufer enthalten dürfen.

Gerade in den USA ist es aber in der Regel seit dem 01.04.2000 nicht mehr möglich, „anonyme“ Postwertzeichen aus Automaten zu ziehen (die einzige Ausnahme bildete die IBM Ausgabe vom 05.06.2008). Der Kauf von Postwertzeichen mit variablem Wertaufdruck aus Automaten ist seitdem nur noch mit Kredit- oder Debitkarte möglich. Diese Kredit- oder Debitkarten **Transaktion**, nicht aber die Kredit- oder Debitkarten-Nummer des Kunden ist in der 2D-Codierung auf dem Postwertzeichen verschlüsselt. Im Prinzip ist es also der amerikanischen Postverwaltung („USPS“) oder der Gerätebetreiberfirma (z.B. Neopost Online) möglich, nach einer erfolgten Decodierung die Transaktionsnummer festzustellen und damit letztendlich auch den Inhaber der Kredit- oder Debitkarte zu ermitteln. Ähnliches gilt natürlich auch für etliche ATM Ausgaben mit Codierung aus anderen Ländern, wie z.B. die ATM Versuchsausgabe von 2018/19 in Deutschland, die ja auch im Michel katalogisiert ist.

Befasst man sich mit den US-amerikanischen ATM, muss man wissen was das „postal security device“, abgekürzt „PSD“, ist. Hierbei handelt es sich um ein Sicherheitsmodul, das seit Ende der 90er Jahre in den USA in Wertzeichendruckern oder Freistempelgeräten eingesetzt wird. Auch zum Drucken von Internetbriefmarken oder -freistempeln ist dieses „PSD“, dann virtuell, erforderlich. Das „PSD“ soll den Missbrauch von Frankiersystemen verhindern und das sichere Laden und Verwalten von Portowerten gewährleisten. Es erstellt zudem die Daten für einen „Frankierabdruck“, der einen fälschungssicheren 2D-Code beinhaltet.

Abb. 1 zeigt eine IBM ATM mit DataMatrix-Code. Auf der rechten Seite wurde ausgedruckt: „U.S. POSTAGE“ Eindruck, die Wertstufe und das Verkaufsdatum. Die untersten zwei Zeilen stellen das „PSD“ dar. Die Identifizierungsnummer lautet in diesem Fall „021P0002313284“. „PSD“ Hersteller ist Pitney Bowes. Die ATM hat zudem eine Kontrollnummer = „FC0072800103298“.



Abb. 1: „Frankierabdruck“ einer „typischen“ US-ATM mit 2D-Code.

Bei den seit 1999 herausgegebenen US-ATM kann man drei verschiedene Typen von aufgedruckten 2D-Codierungen unterscheiden. In Abb. 2 werden diese gezeigt. Es sind:

Links: PDF417

Mitte: quadratischer DataMatrix-Code

Rechts: rechteckiger DataMatrix-Code („IBI Lite“)



Abb. 2: Die drei verschiedenen Typen der 2D-Codierungen

Zusätzlich findet sich auf den meisten ATM Ausgaben der letzten Jahre die sogenannte „PSD“ Identifizierungsnummer („PSD ID“), die sich wie folgt zusammensetzt:

- ⇒ eine 2-stelligen Identifizierungsnummer des Herstellers des „PSD“ (z.B. „02“ für den Hersteller Pitney Bowes)
- ⇒ eine 2-stellige Identifizierungsnummer des „PSD“ Modells
- ⇒ eine mehrstellige „PSD“ Seriennummer

Abb. 3 zeigt einige typische Identifizierungsnummern auf US-ATM.

- ⇒ „046N60000512“ Eindruck auf Neopostage ATM („PSD“ Hersteller: Neopost)
- ⇒ „021P0002085320“ Eindruck auf „mail&goTM Postal Kiosk“ Thermodruck ATM PSD“ Hersteller: Pitney Bowes)
- ⇒ „062S0006805692“ Eindruck auf IBM „Print on Demand Kiosk“ ATM („PSD“ Hersteller: Stamps.com).



Abb. 3: Typische „PSD“ Identifizierungsnummern auf US ATM mit 2D-Code.

Eine Ausnahme bilden sämtliche seit 2013 ausgegebenen „Forever-ATM“. Bei diesen auf Vordruckpapier ausgegebenen ATM wurden KEINE Identifizierungsnummern aufgedruckt.

Zu guter Letzt sei noch erwähnt, dass der Aufdruck auf sämtlichen ATM Ausgaben mit 2D-Code mittels Thermodruck erfolgte. Je nach Gerät, Thermopapier, individueller Druckereinstellung und Lagerung der Marken, kann der Aufdruck im Laufe der Zeit merklich verblässen. Dieses leidige Problem, ist uns auch von vielen anderen ATM Ausgaben bekannt.

Automated Postal Center (APC) der 1. Generation - Geräte von IBM-Neopost und NCR

Ab 1999 wurden „Automated Postal Center (APC)“ Automaten von den Herstellern: IBM-Neopost (MiNr.4/5) und NCR (MiNr.6) in mehreren Postämtern und Supermärkten in Zentralflorida getestet. Die Geräte mit installiertem Sensorbildschirm und Waage boten dem Kunden die Möglichkeit, Postwertzeichen mit eingedrucktem 2D-Code (PDF417) zu drucken und gaben zudem verschiedene Postformulare ab. Mitte März 2000 entschied sich die „USPS“ zu Gunsten der IBM Geräte. Die NCR Geräte wurden danach außer Betrieb genommen. Seit April 2000 war es dann nicht mehr möglich mit Bargeld zu bezahlen, sondern nur noch mit einer Kredit- oder Debitkarte. Bei den IBM Geräten kamen im Laufe der Versuchsphase vier verschiedene Papiervarianten zum Einsatz. Teilweise waren diese Papiere nur für kurze Zeit im Einsatz und sind entsprechend selten. Abb. 5 zeigt die unterschiedlichen Papiervarianten:

- a) spitze Ecken ohne Mikroschrift(07.05.99)
- b) spitze Ecken mit Mikroschrift(ab 07.99)
- c) runde Ecken mit Mikroschrift(ab 11.99)
- d) runde Ecken ohne Mikroschrift(ab 03.00)

Bei der letzten Ausgabe kann man ATM mit orangenem bzw. rotem Sicherheitsstreifen am unteren Markende unterscheiden.

Die folgenden Abbildungen 1-4 zeigen Beispiele von ATM der 1. Generation.



Abb. 4: IBM-ATM aus „APC“ der 1. Generation vom 17.05.99.

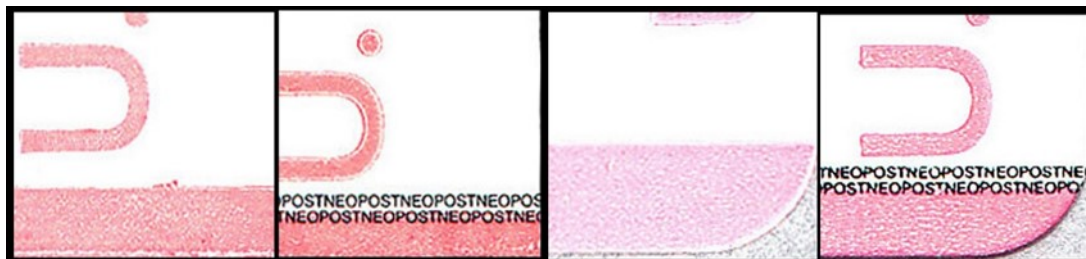


Abb. 5: Die vier verschiedenen Papiervarianten (a-d) bei IBM-ATM.

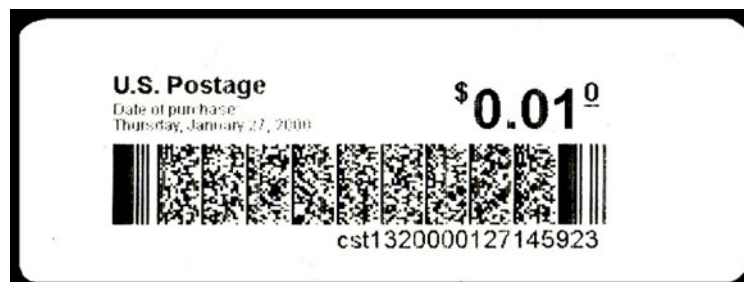


Abb. 6: NCR- ATM aus „APC“ der 1. Generation vom 27.01.2000.



Abb. 7: Bereits etwas verblasster 0.00-Druck aus einem NCR Gerät vom 07.01.2000

3. Neopost Online: Neopostage-ATM

Nach entsprechender Genehmigung durch die „USPS“ begann Neopost Online zusammen mit der Northrop Grumman Corporation, Selbstbedienungsgeräte zu testen, welche mit dem Internet verbunden waren und ebenfalls ATM abgaben. Dieser Test begann offiziell im Juni 2001. Mehrere dieser Kioske mit Sensorbildschirm wurden an nicht öffentlich zugänglichen Standorten aufgestellt (z.B. an den Firmensitzen von Neopost bzw. Northrop Grumman oder an bestimmten Dienststellen der Post). Angestellte der beiden Firmen sowie von „USPS“ wurden aufgefordert, diese Geräte zu nutzen, um ihre Tauglichkeit zu überprüfen. Anfänglich haben die Kioske nur bis zu fünf Kleinbögen mit je vier „First-Class“-ATM (34 Cent) abgegeben (s. Abb. 8). Die Bezahlung an den Automaten erfolgte auch hier mittels Debit- oder Kreditkarte.

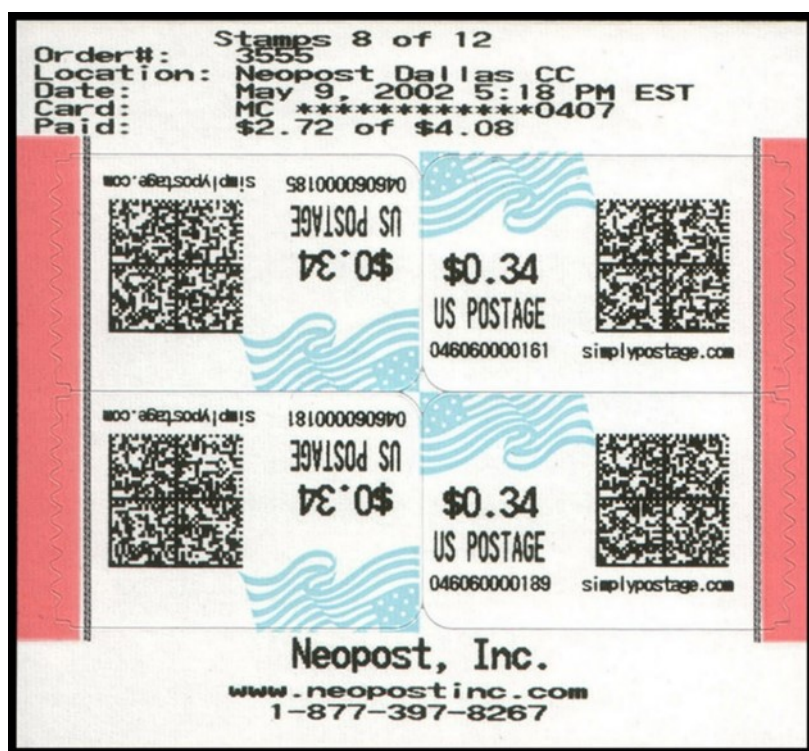


Abb.8: Kleinbogen mit 4 Neopostage-ATM zu 34 Cent, gekauft am 09.05.2002.

Das Markenformat betrug jeweils 42 x 27 mm und es kamen drei verschiedene Motive zur Verwendung (s. Abb. 9):

- Sonderausgabe „National Postal Forum Orlando“ (25.03.01)
- Adler (18.06.01)
- US-Flagge (27.07.01)

Die Motive (a) und (b) sind sehr selten und wie man am Datum ablesen kann, wurden Bögen mit dem Motiv (a) vor dem offiziellen Start abgegeben.



Abb. 9: Die drei verschiedenen Motive der Neopostage-ATM.

Im April 2002 erhielt Neopost Online von der „USPS“ die Genehmigung, dass die Geräte in Zukunft neue Kleinbögen mit zehn ATM abgeben durften. Das Motiv „US-Flagge“ blieb gleich, jedoch änderte sich das Markenformat auf 37 x 24 mm.



Abb.10: Zehnerbogen mit 23 Cent Neopostage-ATM, gekauft am 22.11.2002.

Um auf Zehnerbögen umstellen zu können, musste eine neue Software entwickelt werden. Marken für vier verschiedene Versendungsformen waren fortan erhältlich. Im Laufe des Jahres 2002 wurden zwei Kioske in der Chicagoer Zentrale der Firma Hewitt Associates in Betrieb genommen („Hewitt 1“ und „Hewitt 2“). Der erfolglose Betatest endete schließlich am 31.08.08.

Anzumerken ist, dass es von den Neopostage-ATM bzw. von den Bögen dieser Ausgabe eine große Anzahl an Varianten gibt. Diese unterscheiden sich:

- a) im Aufdruck des 2D-Codes
- b) in der Kontrollnummer
- c) in der Kleinbogenoberrandbeschriftung (z. B. Ortsangabe, Datum, Zeitangabe)

Außerdem kamen verschiedene Trägerpapiere zum Einsatz:

- a) ohne Werbung
- b) bedruckt mit „Postage PROMail“
- c) bedruckt mit „Simply Postage“

Weiterhin sind verschiedene Farben des fluoreszierenden Sicherheitsstreifens bekannt.

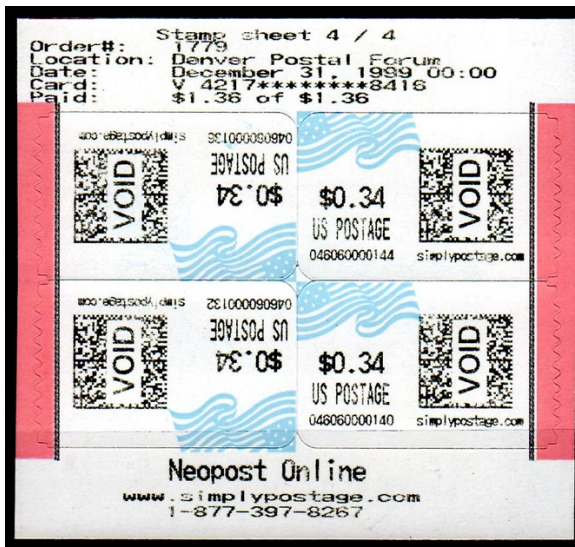


Abb. 11: Neopostage-ATM Testbogen mit „VOID-ATM“ vom „Denver Postal Forum“.

Mit freundlicher Genehmigung:
Bundesarbeitsgemeinschaft RSV

Michael Ulrich, Bärenbach und Andreas Lehr, Dietzhölzta