

# Pressemitteilung

## „Sendung mit der Maus“ ist Deutschlands schönste Briefmarke 2021

- **Mehr als 32.000 Briefmarkenfreunde haben an der Umfrage der Deutschen Post teilgenommen**
- **Auf den Plätzen 2 und 3: „Bibi & Tina“ und „Feldhamster“**

**Bonn, 17. Februar 2022:** Briefkunden haben offensichtlich ein Faible für die Comic-Helden der Kindheit und bunte Briefmarken: Landete 2020 die „Biene Maja-Marke“ ganz oben auf dem Siegertreppchen, so hat es 2021 die „Sendung mit der Maus“ zur schönsten Briefmarke geschafft. Dies ist das Ergebnis einer Umfrage der Deutschen Post, die das Unternehmen nun bereits zum zweiten Mal in Folge durchgeführt hat und an der sich mehr als 32.000 Briefeschreiber und Markenfreunde beteiligt haben. Im Jahr davor waren es noch 17.000 Teilnehmer. Dabei landete die Maus-Marke mit großem Abstand auf Platz 1, fast 33 Prozent der Teilnehmer votierten für das bunte Motiv zum 50. Geburtstag der erfolgreichen Lach- und Sachgeschichten. Auf den zweiten Platz schaffte es „Bibi & Tina“, Platz 3 ging an den Feldhamster. Doch auch Briefmarken mit ernstem Hintergrund sind bei den Kunden beliebt: So landete die Briefmarke „Sophie Scholl“ zum Gedenken an den 100. Geburtstag der jungen Widerstandskämpferin gegen den Nationalsozialismus auf Platz 5, knapp hinter „Die drei ???“.

Dazu Ole Nordhoff, Leiter Produktmanagement Post & Paket Deutschland: „Wir freuen uns sehr über die große Resonanz bei unserer Umfrage zur schönsten Briefmarke. Gegenüber dem Vorjahr haben fast doppelt so viele Menschen bei der Abstimmung mitgemacht, was zeigt, dass die Auswahl der Motive den Kunden nicht egal ist, sondern im Gegenteil sehr relevant für den Briefmarkenkauf. Das Ergebnis hat uns zudem wieder bestätigt, dass Briefkunden vor allem fröhliche und farbenfrohe Markenmotive schätzen.“

Die anonyme Umfrage zur beliebtesten Briefmarke 2021 wurde im Zeitraum 19. Januar bis 9. Februar 2022 sowohl online wie auch offline über das Versand-/Servicezentrum Weiden der Deutschen Post durchgeführt. Dabei traten interessante Erkenntnisse zutage: Rund 70 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren weiblich (im Vorjahr noch 61,5 Prozent). Bei der Altersstruktur zeigte sich eine breite Verteilung: Mit 23 Prozent war die Altersgruppe 30-39 Jahre am stärksten vertreten, gegenüber 18 Prozent sowohl bei den 20-29-Jährigen als auch den 40-49-Jährigen. Bei der Altersgruppe 50-59 Jahre waren es 19 Prozent. 63 Prozent der Teilnehmer gaben an, die Markenmotive seien wichtig für den Kauf von Briefmarken. 10 Prozent der Befragten sammeln regelmäßig Briefmarken.

Jedes Jahr erscheinen 52 neue Briefmarken. Einen Teil der Motive gestaltet die Deutsche Post mit eigenen Grafikern selbst. Offizieller Herausgeber der Briefmarken ist das Bundesministerium der

Seite 1 von 3

# Pressemitteilung

Finanzen. 2021 hatte die Deutsche Post damit begonnen, Briefmarken mit einem eindeutigen und fälschungssicheren Matrixcode auf dem rechten Markenrand zu versehen. Dadurch sind die Postwertzeichen insgesamt etwas größer geworden und bieten mehr Fläche für die Motivgestaltung. Auch die drei Siegermarken „Sendung mit der Maus“, „Bibi & Tina“ und „Feldhamster“ tragen einen solchen Code. Ab 2023 werden alle Briefmarken mit Matrixcode versehen sein. Die Briefmarken ohne Code bleiben aber weiterhin gültig.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download unter [dpdhl.de/pressemitteilungen](https://dpdhl.de/pressemitteilungen)

## Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: [pressestelle@dpdhl.com](mailto:pressestelle@dpdhl.com)

E-Postbrief: [pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de](mailto:pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de)

Im Internet: [dpdhl.de/presse](https://dpdhl.de/presse)

Folgen Sie uns: [twitter.com/DeutschePostDHL](https://twitter.com/DeutschePostDHL)

## Deutsche Post – Die Post für Deutschland

**Deutsche Post** ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt. Mit der starken Marke Deutsche Post und rund 155.000 Mitarbeiter\*innen, die höchsten Servicestandards und nachhaltigem Handeln verpflichtet sind, ist das Unternehmen „Die Post für Deutschland“. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post verbindet Gegenwart und Zukunft der Post- und Kommunikationsdienstleistungen: von der Brief- und Paketzustellung über die sichere elektronische Kommunikation bis zum Dialogmarketing für Privat- und Geschäftskunden. Dabei ist das Unternehmen ein Vorreiter für neue Technologien, wie den CO<sub>2</sub>-neutralen Versand und Logistiklösungen für den Online-Handel.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2020 einen Umsatz von mehr als 66 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft

# Pressemitteilung

und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.