

Pressemitteilung

Sportschau bekommt eigene Briefmarke

- **Achtes Motiv der seit 2016 laufenden Briefmarken-Serie „Deutsche Fernsehlegenden“**
- **Sondermarke erscheint am 10. Oktober 2024**
- **Erhältlich in Postfilialen mit Vollsortiment und online**

Bonn, 10. Oktober 2024: Früher unverzichtbares Ritual am Wochenende, heute immer noch eine Institution im deutschen Fernsehen und bald auch offiziell als „Deutsche Fernsehlegende“ mit einer Briefmarke geadelt: Die Rede ist von der Sportschau. Die neue Sonderbriefmarke mit einem Portowert von 85 Cent ist ab dem 10. Oktober in Postfilialen mit Vollsortiment, im Online-Shop oder telefonisch beim Bestellservice der Deutschen Post erhältlich (Tel.: 0961 – 3818 – 3818). Das Motiv zeigt das historische Logo der Sendung vor einem Fußballspiel. Gestaltet wurde sie von Thomas Steinacker und Bettina Walter, beide Briefmarken-Designer bei der Deutschen Post. Die Marke ist das achte Motiv der seit 2016 laufenden Briefmarken-Serie „Deutsche Fernsehlegenden“, zu der auch „Tatort“ oder „Dinner for one“ zählen. Offizieller Herausgeber der Briefmarke ist das Bundesministerium der Finanzen.

Die „Sportschau“ hatte ihre Premiere am 4. Juni 1961. Sie lief anfangs im Zweiten Programm der ARD – das ZDF gab es seinerzeit noch nicht – und zwar sonntags um 21.30 Uhr. Damals noch ohne Fußball, waren die Themen der von Ernst Huberty moderierten ersten Sendung Frauenhandball, Pferdesport, Radrennen und Rudern. Mit Einführung der Fußball-Bundesliga wechselte die Sportschau dann 1963 auf ihren Stammplatz am frühen Samstagabend. Ab Mitte der 1960er-Jahre avancierte die Sportschau zum Kult und zu einem „absoluten Heiligtum“ (so der frühere Moderator Gerhard Delling). In Spitzenzeiten verfolgten zwischen zehn und fünfzehn Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer die Sendung.

Wie groß die Fangemeinde der Sportschau war, zeigte sich spätestens bei der Einführung der inzwischen selbst legendären Wahl zum „Tor des Monats“. Als das Publikum im März 1971 erstmals gebeten wurde, darüber abzustimmen, gingen zweihundertfünfzigtausend Antworten beim Sender ein. 120.000 Postkarten überfluteten die Redaktion, Insassen des Kölner Gefängnisses Klingelpütz halfen anschließend, den Postberg zu sortieren.

Viele Zuschauerinnen und Zuschauer verbinden mit der Sportschau früherer Zeiten auch die ausführlichen Darstellungen des Galopp- und Trabsports, für die der pferdebegeisterte Adolf „Addi“ Furler verantwortlich zeichnete, der neben Ernst Huberty, Günter Siefarth und Karl Senne zu

Pressemitteilung

den Gründungsmoderatoren der Sportschau gehörte. Er prägte die Sendung über drei Jahrzehnte und präsentierte die viel beachtete Wahl zum „Galopper des Jahres“.

1982 übernahm Heribert Faßbender („Guten Abend allerseits“) das Sportsendungsflaggschiff der ARD. Nur wenige Jahre später kam es zu einem Einschnitt, als die Funkanstalt die Erstverwertungsrechte für die Fußball-Bundesliga verlor und sich anderen Sportarten zuwandte. Diese Durststrecke endete mit der Saison 2003/04. Seitdem wird der Fußball wieder prominent von einer Sportschau in Szene gesetzt, die sich damals runderneuerte und als technisch modernste Sportsendung Europas galt. Beim Publikum ist die „Mutter aller Sportsendungen im deutschen Fernsehen“ beliebt wie eh und je: Samstags schalten durchschnittlich knapp fünf Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer ein.

Weitere Informationen zu Briefmarken unter: <https://www.deutschepost.de/briefmarke>

Hinweise an die Redaktionen

Download der Briefmarke unter:

https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Bilderstrecken/Sondermarken/Programm_2024/Briefmarken-Programm-2024/2024-sportschau.png?__blob=poster&v=3

Bei Veröffentlichung ist die Nennung der folgenden Copyright-Angaben erforderlich:

Gestaltung des Postwertzeichens und der Ersttagsstempel: Thomas Steinacker und Bettina Walter, Bonn

Logo: © ARD / Das Erste, Agentur: WDR mediagroup GmbH

Foto Fußballspieler: © pixfly / Adobe Stock

Hinweise zum Urheberrecht:

<https://www.bundesfinanzministerium.de/Web/DE/Meta/Benutzerhinweise/benutzerhinweise.html>

Bestellung im Deutsche Post Online-Shop: <https://shop.deutschepost.de/briefversand/briefmarken>

Filiale mit Vollsortiment finden unter: <http://www.deutschepost.de/postfinder> (Post- und Paketservices / Sonderbriefmarken mit und ohne Zuschlag kaufen)

– Ende –

Pressemitteilung

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter dpdhl.de/pressemitteilungen

Medienkontakt

DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Diese Kontaktdaten gelten ausschließlich für Medienanfragen. Bei Fragen zu einzelnen Sendungen oder Dienstleistungen von Deutsche Post und DHL hilft der Kundenservice unter der Telefonnummer 0228 / 4 333 112.

Post & Paket Deutschland ist ein Unternehmensbereich der DHL Group mit und 187.000 Mitarbeiter:innen. Kerngeschäft ist das nationale Brief- und Paketgeschäft – also das Transportieren, Sortieren und Zustellen von Briefen und Paketen. Der Unternehmensbereich ist in seiner Branche Vorreiter im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit und in Deutschland mit zwei Marken vertreten:

Deutsche Post ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Briefmarkt. Unter diesem Geschäftsfeld werden im Wesentlichen die Produktsegmente Brief Kommunikation, Dialog Marketing und Presse Services gebündelt. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post umfasst die Bearbeitung und Zustellung physischer Dokumente sowie ein breites digitales Portfolio in ihren Produktsegmenten.

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Im Geschäftsfeld der Paketlogistik ist DHL Paket Marktführer in Deutschland. Der Unternehmensbereich ist Dienstleister erster Wahl für Versender- und Empfänger:innen im Online-Handel. Vielfältige Möglichkeiten von flexiblen Services erleichtern Kunden den Paketempfang und -versand. DHL Paket betreibt außerdem das größte Paketautomaten-Netz (Packstationen und Poststationen) in Deutschland.

DHL Group erzielte als Konzern 2023 einen Umsatz von mehr als 81,8 Milliarden Euro. Mit Investitionen in grüne Technologien sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der

Pressemitteilung

Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.