

Pressemitteilung

Deutschlands erste klingende Weihnachtsbriefmarke

- Sondermarke „Weihnachten für Kinder - Weihnachtsbäckerei“ stimmt mit Musik von Liedermacher Rolf Zuckowski sowie Geschichten und Dialogen auf Weihnachten ein
- tiptoi® Stift von Ravensburger bringt Weihnachtsbriefmarke zum Klingen und lädt Kinder zur Entdeckungsreise ein
- Briefmarke ab sofort erhältlich in vielen Postfilialen und im Onlineshop der Deutschen Post
- Deutsche Post, Ravensburger, Universal Music und Rolf Zuckowski spenden 35.000 Euro an den Bundesverband Kinderhospiz e.V.

Bonn/Berlin, 5. November 2024: Pünktlich zur bald beginnenden Weihnachtszeit hat die Deutsche Post heute ihre erste sprechende und singende Briefmarke in Deutschland gemeinsam mit dem Liedermacher für Kinder und Erwachsene, Rolf Zuckowski, und der Firma Ravensburger im Berliner Museum für Kommunikation vorgestellt. Die Marke mit dem Namen „Weihnachten für Kinder – Weihnachtsbäckerei“ hat als Motiv eine Illustration des Klassikers der bekannten Künstlerin Julia Ginsbach. Der Clou dabei ist, dass man die Briefmarke erstmals hören kann, z. B. Liedzeilen des Ohrwurms „In der Weihnachtsbäckerei“ von Rolf Zuckowski, kurze Dialoge der abgebildeten Personen, die Weihnachtsgeschichte oder Wissenswertes rund um den Advent. Mit einem tiptoi® Stift von Ravensburger können Kinder und Erwachsene diese Audioinhalte auf dem mit viel Liebe zum Detail gestalteten Motiv zum Klingen bringen. So wird aus der diesjährigen Weihnachtspost auch ein echtes, weltweit einmaliges Hörerlebnis und eine Entdeckungsreise für Jung und Alt.

Die Briefmarke hat den Portowert 85 Cent und ist ab sofort in vielen Postfilialen, im Online-Shop oder telefonisch beim Bestellservice der Deutschen Post erhältlich (Tel.: 0961 – 3818 – 3818). Insgesamt werden 40 Millionen dieser Postwertzeichen hergestellt. Offizieller Herausgeber der Briefmarke ist das Bundesministerium der Finanzen.

Nikola Hagleitner, Vorständin Post & Paket Deutschland der DHL Group, sagt: „Ein handgeschriebener Weihnachtsbrief gehört für mich und viele Menschen zu den Highlights des Jahres. Besonders, wenn man ihn mit einem so schönen und passenden Motiv wie der Weihnachtsbäckerei frankieren kann. Mit unserer innovativen und interaktiven Sondermarke können wir hoffentlich auch die ganz junge Generation für das Briefeschreiben begeistern. Entsprechend freuen wir uns sehr über die gute Zusammenarbeit mit Rolf Zuckowski und Ravensburger.“

Auch Clemens Maier, Vorstandsvorsitzender der Ravensburger AG, freut sich über die Kooperation: „Mit dem tiptoi® Stift, den sehr viele Kinder und Familien kennen, bringen wir die diesjährige

Pressemitteilung

Weihnachtsbriefmarke erstmals zum Klingen. Tippt man mit dem Stift auf die einzelnen Illustrationen des Motivs, spielt er etwa das Lied „In der Weihnachtsbäckerei“ sowie passende Dialoge, Geschichten und Wissenswertes. Damit werden die Briefmarken auf interaktive Weise lebendig und verzaubern die Post-Empfänger mit weihnachtlicher Vorfreude.“

Rolf Zuckowski, Liedermacher für Kinder und Erwachsene: „Lieder singen, Gedichte lesen, die Wohnung schmücken und Plätzchen backen, das ist mit der Adventszeit für mich ebenso untrennbar verbunden wie das Schreiben von Weihnachtsgrußkarten und Briefen. Umso mehr freue ich mich, dass die diesjährige Weihnachtsbriefmarke auch schon die Kinder dazu anregt, von Hand geschriebene Post an die Familie und liebe Freunde zu versenden. Mancher wird beim Aufkleben der Marke oder beim Empfangen der Grüße das passende Lied dazu singen, viele werden mit dem tiptoi-Stift der magischen Sonderbriefmarke klingende Geheimnisse entlocken. Also dann: Weihnachten kann kommen!"

Und so funktioniert es: Wer sich anhören möchte, wie die Weihnachtsbriefmarke klingt, muss lediglich vorher auf tiptoi.de die entsprechende Audiodatei kostenlos auf den Stift laden und kann dann mit diesem die vielen Audioinhalte zum Klingen bringen. Wer keinen tiptoi® Stift besitzt, kann auf der Website deutschepost.de/weihnachten ganz einfach die Musik und die Geschichten anhören. Dazu gehören Teile des bekannten Weihnachts-Klassikers „In der Weihnachtsbäckerei“ von Rolf Zuckowski, die von Opa vorgelesene Weihnachtsgeschichte (gesprochen von Rolf Zuckowski), weitere bekannte Weihnachtslieder, Geräusche oder auch die Unterhaltung der Kinder zum Fest.

In einem dieser Dialoge sagt der Opa zu seiner Enkelin, dass jedes Kind, das an die Weihnachtspostfiliale schreibt, eine Antwort bekommt. So ist es: Kinder, die ihre Wünsche direkt an den Weihnachtsmann, das Christkind oder den Nikolaus senden möchten, können auch in diesem Jahr wieder an die über ganz Deutschland verteilten sieben Weihnachtspostfilialen schreiben. Jeder der Kinderbriefe wird von den vielen fleißigen Helferinnen und Helfer aller Weihnachtspostfilialen beantwortet und in Deutschland mit dieser einzigartigen Briefmarke frankiert. Und in diesem Jahr wird Rolf Zuckowski auch bei der einen oder anderen Eröffnung einer Weihnachtspostfiliale mit dabei sein.

Bei der Präsentation der neuen Weihnachtsbriefmarke war es den Partnern der Aktion „Weihnachten für Kinder“ auch wichtig, ein Zeichen für die Kinder zu setzen, denen es nicht gut geht und die so schwer erkrankt sind, dass sie Weihnachten nicht zu Hause verbringen können. Aus diesem Grund haben Deutsche Post, Ravensburger, Universal Music und Rolf Zuckowski zusammen 35.000 Euro an den Bundesverband Kinderhospiz e.V. gespendet und den Scheck bei der Präsentationsveranstaltung in Berlin an die Geschäftsführerin Franziska Kopitzsch überreicht.

Pressemitteilung

Weitere Informationen unter: <https://www.deutschepost.de/weihnachten>

[Hinweise an die Redaktionen](#)

Download der Briefmarke unter:

[https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Bilderstrecken/Sondermarken/Programm_2024/Briefmarken-Programm-2024/2024-weihnachtsbaeckerei.png? blob=poster&v=2](https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Bilderstrecken/Sondermarken/Programm_2024/Briefmarken-Programm-2024/2024-weihnachtsbaeckerei.png?blob=poster&v=2)

Gestaltung des Postwertzeichens und der Ersttagsstempel: Jan-Niklas Kröger, Bonn

Urheberrechte Illustration und Musik: Julia Ginsbach / Rolf Zuckowski

Urheberrecht:

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

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

– Ende –

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.

Pressemitteilung

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