

Pressemitteilung

Erste Recycling-Briefmarke Deutschlands

- **Neu entwickeltes Papier spart Holz, Wasser und Strom und verringert CO₂-Ausstoß**
- **Deutsche Post ist das erste Postunternehmen, das eine vollständige Umstellung seiner nassklebenden Briefmarken auf Recyclingpapier plant**
- **95-Cent-Dauermarke „Blumenbrief“ als weiterer Beitrag zur konzernweiten Nachhaltigkeitsstrategie**

Bonn, 2. April 2025: Die Deutsche Post gibt mit dem Motiv „Blumenbrief“ aus der Dauerserie „Welt der Briefe“ ihre erste Briefmarke auf Recyclingpapier heraus. Das gemeinsam von der Deutschen Post und dem britischen Papierhersteller Tullis Russell entwickelte Papier spart dabei Ressourcen wie Holz, Wasser und Strom und verringert den CO₂-Ausstoß. Die nassklebende Variante dieser Dauermarke im Wert von 95 Cent für einen Standardbrief oder eine Postkarte wurde aus 12,8 Tonnen hundertprozentigem Recyclingpapier produziert. Statt des üblichen Euro-Zeichens trägt die Marke ein grünes Blatt neben der Jahreszahl. Sie erscheint in einer Auflage von 82,5 Millionen Stück als Zehnerbogen und nassklebende Rolle und ist ab dem 3. April in den Postfilialen und online im Shop der Deutschen Post erhältlich.

Zusätzlich gibt es diese Briefmarke auch als selbstklebende Variante, die auf Grund dieser Produkteigenschaft aktuell noch auf herkömmlichem Papier hergestellt wird. Insgesamt hat die neue Marke „Blumenbrief“ eine Auflage von rund 680 Millionen Stück. Sie löst die bisherige 95-Cent-Marke „Ballonpost“ ab. Gestaltet hat das Motiv Bettina Walter, Briefmarken-Designerin der Deutschen Post.

Ab 2026 ist geplant, alle nassklebenden Varianten der Dauerserie und der Sonderbriefmarken Schritt für Schritt auf recyceltem Papier herzustellen. Zur Unterscheidung: Neben Dauermarken, die in unbegrenzter Stückzahl von der Deutschen Post ausgegeben werden, gibt es noch Sonderbriefmarken, die jeden Monat zu besonderen Anlässen und in einer bestimmten Auflage erscheinen. Diese werden vom Bundesministerium der Finanzen herausgegeben.

Die Deutsche Post ist das erste Postunternehmen, das eine vollständige Umstellung ihrer nassklebenden Briefmarken auf Recyclingpapier plant – und ist damit Nachhaltigkeits-Vorreiter in diesem Bereich. Der Logistiker ist Mitglied der Initiative Pro Recyclingpapier und verfolgt das Ziel, den Verbrauch von Rohstoffen, den CO₂-Ausstoß sowie den Energieverbrauch bei der Briefmarkenproduktion immer weiter zu reduzieren.

Seite 1 von 2

Pressemitteilung

Weitere Informationen zu Briefmarken unter deutschepost.de/briefmarke.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter group.dhl.com/pressemitteilungen

Medienkontakt

DHL Group

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: group.dhl.com/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 rund 187.000 Mitarbeiter:innen. Kerngeschäft ist das nationale Brief- und Paketgeschäft – also das Transportieren, Sortieren und Zustellen von Briefen und Paketen. Sein umfangreiches Angebot an Dienstleistungen und Produkten vertreibt Post & Paket Deutschland unter den beiden starken Marken Deutsche Post und DHL.

Mit seinen beiden Marken **Deutsche Post** und **DHL ist** Post & Paket Deutschland der größte Postdienstleister Europas, Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt, Dienstleister erster Wahl für Versender- und Empfängerkunden sowie Betreiber des größten Paketautomaten-Netzes (Packstationen und Poststationen) in Deutschland. In seiner Branche ist Post & Paket Deutschland Vorreiter im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit.

DHL Group erzielte als Konzern 2024 einen Umsatz von rund 84,2 Milliarden Euro. Mit Investitionen in grüne Technologien sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.