

Pressemitteilung

„Weihnachtsbäckerei“ ist Deutschlands schönste Briefmarke 2024

- **Fast 30.000 Personen haben an der Umfrage der Deutschen Post teilgenommen**
- **Auf den Plätzen 2 und 3: „Hund“ und „Kryptomärke Kölner Dom“**
- **Liedermacher Rolf Zuckowski: „Mit der Briefmarke wollten wir Kinder für das Schreiben und Empfangen von Briefen begeistern“**

Bonn, 17. März 2025: Deutschlands Briefmarkenfreunde haben abgestimmt: Mit knappem Vorsprung ist die Briefmarke „Weihnachten für Kinder - Weihnachtsbäckerei“ zur schönsten Briefmarke des Jahres 2024 gewählt worden. Die 85 Cent-Marke hat die Künstlerin Julia Ginsbach illustriert. Sie zeigt eine adventlich geschmückte Wohnstube, in der Kinder eifrig Plätzchen backen, während Opa die Weihnachtsgeschichte vorliest. Auf Platz 2 folgt das Motiv „Hund“ aus der Briefmarken-Serie „Beliebte Haustiere“, das einen freundlich in die Kamera blickenden Border Collie zeigt. Platz 3 geht an die Krypto-Marke „Kölner Dom“, deren Motiv von einer Künstlichen Intelligenz gestaltet wurde. Fast 30.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben bei der Umfrage der Deutschen Post mitgemacht.

Die Sonderbriefmarke mit dem Siegermotiv „Weihnachtsbäckerei“ hatten Deutsche Post, Liedermacher Rolf Zuckowski und Ravensburger Verlag gemeinsam Anfang November vergangenen Jahres präsentiert. Der Clou ist, dass man die Briefmarke auch 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 die Audioinhalte auf dem mit viel Liebe zum Detail gestalteten Motiv zum Klingen bringen. So wurde aus der Weihnachtspost 2024 auch ein echtes, weltweit einmaliges Hörerlebnis und eine Entdeckungsreise für Jung und Alt.

Dazu Rolf Zuckowski, Liedermacher und Komponist: „Ich freue mich sehr, dass die Sondermarke ‚Weihnachtsbäckerei‘ zur schönsten Briefmarke des Jahres 2024 gewählt worden ist. Sie würdigt nicht nur die Tradition des Plätzchenbackens in der Adventszeit, die ich seit 1987 mit meinem Lied begleite. Mit der Briefmarke wollten wir zudem Kinder und ihr Umfeld für das Schreiben und Empfangen von Briefen begeistern. Das scheint uns gelungen zu sein und wir haben ein wichtiges kulturelles Zeichen in dieser zunehmend digitalen Welt gesetzt. Die Illustratorin Julia Ginsbach hat mit ihrem bezaubernden Kunstwerk viel dazu beigetragen. Dafür danke ich ihr von Herzen.“

Nikola Hagleitner, Vorständin Post & Paket Deutschland der DHL Group, sagt: „Wir bedanken uns bei den vielen Menschen, die an unserer Umfrage zur schönsten Briefmarke teilgenommen haben. Für die Deutsche Post ist dieses Feedback sehr wichtig, um auch künftig bei der Gestaltung neuer

Seite 1 von 3

Pressemitteilung

Briefmarken-Motive den Nerv unserer Kundinnen und Kunden zu treffen. Dass diesmal die ‚Weihnachtsbäckerei-Marke‘ gewonnen hat, freut mich sehr, denn sie erinnert uns in diesen unübersichtlichen Zeiten an liebgewonnene Traditionen – bildlich und akustisch.“

Details zur Umfrage

Insgesamt gefiel den Umfrageteilnehmern an den drei Siegermotiven die vermittelte Stimmung und Farbgebung, die Briefmarke „Weihnachtsbäckerei“ fanden zwei Drittel originell. 55 Prozent der Teilnehmer an der Umfrage waren weiblich. Für das Siegermotiv stimmten sogar 74 Prozent Frauen ab. 64 Prozent aller Teilnehmer gehörten der Altersgruppe 50+ an, wobei fast die Hälfte derjenigen, die für das Motiv „Weihnachtsbäckerei“ votierten, zwischen 30 und 49 Jahre alt waren. 13 Prozent bezeichneten sich selbst als Sammler. Neun der Briefmarken, die es bei der Umfrage in die „Top Ten“ geschafft haben, sind von Briefmarkendesignerinnen und -designern der Deutschen Post gestaltet worden.

Im Zeitraum vom 6. Februar bis 6. März 2025 konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in einer öffentlichen Online-Befragung für ihre drei Favoriten des vergangenen Jahres abstimmen. Bereits in den Jahren zuvor hatte die Deutsche Post eine Wahl zur schönsten Briefmarke durchgeführt. 2023 gewann das Motiv „100 Jahre Disney“, davor landete mit dem „Polarlicht“ erstmals ein Naturbild auf Platz 1. 2021 war „Sendung mit der Maus“ die schönste Briefmarke, 2020 „Die Biene Maja“.

Jedes Jahr erscheinen mehr als 50 neue Briefmarken. Die Hälfte der Motive gestaltet die Deutsche Post mit eigenen Grafikerinnen und Grafikern selbst. Offizieller Herausgeber der Briefmarken mit dem Aufdruck „Deutschland“ ist das Bundesministerium der Finanzen.

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

Pressemitteilung

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 rund 187.000 Beschäftigten. 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-Netztes (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.