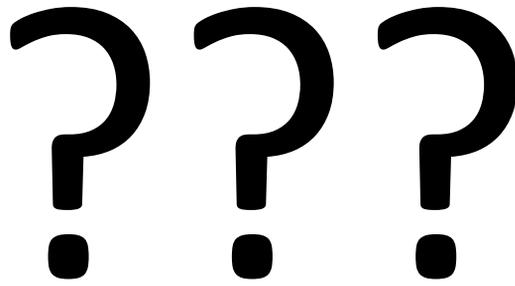
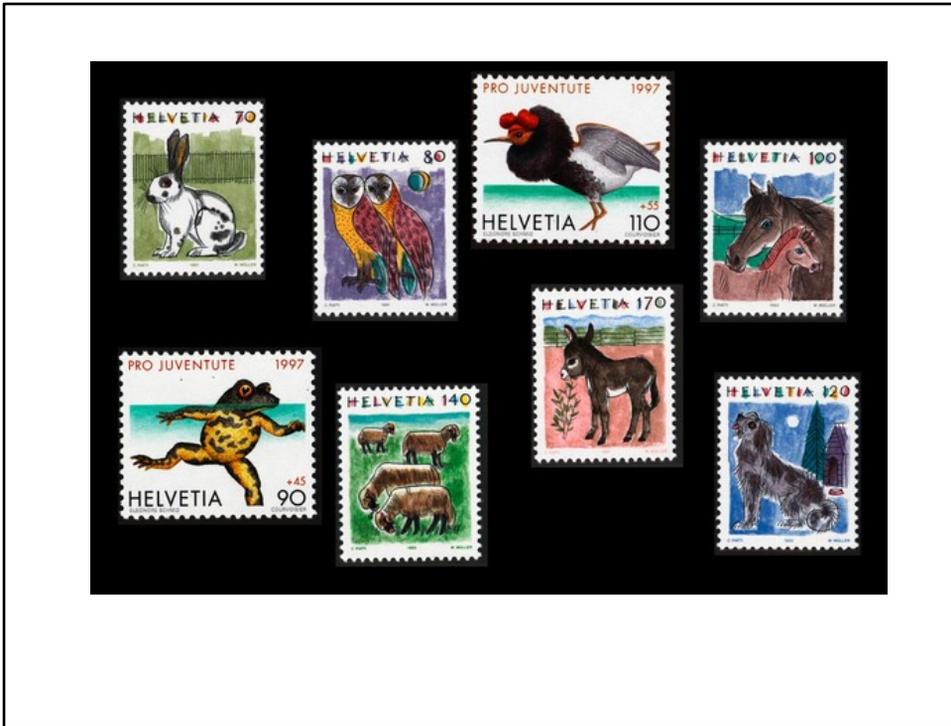


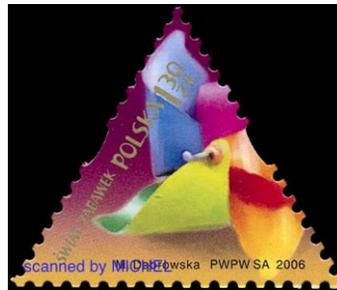
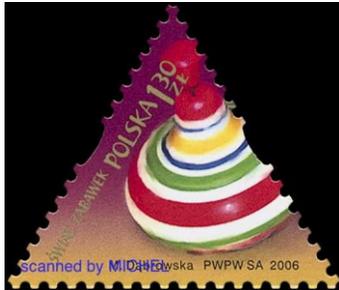
Kuriose Briefmarken



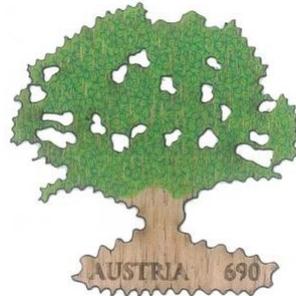
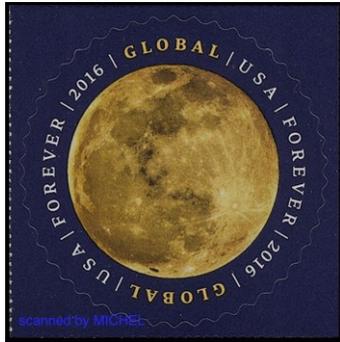


Briefmarken, so wie wir sie kennen, rechteckig, quadratisch und auf Papier bunt bedruckt

Andere Markenformen



Andere Markenformen

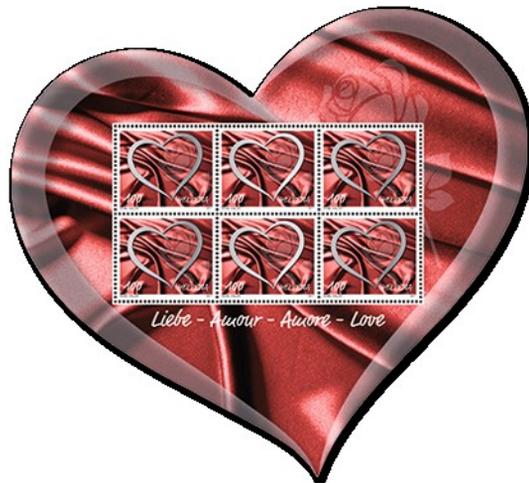


Andere Markenformen



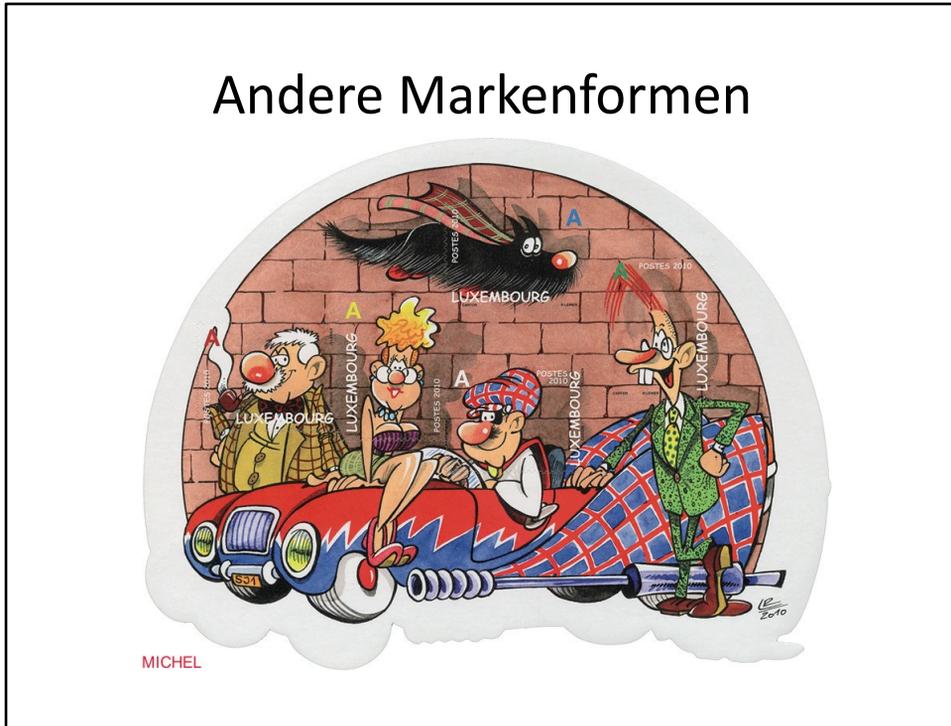
Einen wirklich kuriosen Briefmarkensatz präsentiert uns hier die Postverwaltung Guernseys: vier Briefmarken, die den Titel „Handarbeit – Guernsey-Pullover“ tragen und deren Motive vier verschiedene Flaggen mit vier verschiedenen Slogans zeigen: Flagge von Guernsey – „Flying the Flag the world over“; Flagge von Australien – „On the up down under“; Flagge der USA – „Living in America“ und Flagge von Japan – „Big in Japan“.

Andere Markenformen



Wer sie erfunden hat, ist unbekannt, und sie droht in Vergessenheit zu geraten: die Sprache der Briefmarken. In der Zeit von 1900 bis in die 60er-Jahre war die romantische Idee unter Verliebten jedoch sehr verbreitet. Eine nach rechts gekippte Briefmarke auf dem Umschlag? Oder gar ein auf dem Kopf stehendes Wertzeichen? In früheren Zeiten konnten sich Liebende auf diese Weise heimliche Botschaften übermitteln. Die Sondermarken «Liebe» greifen diese romantische Tradition auf und geben Liebesbotschafterinnen und -botschaftern die Möglichkeit, ihren Mitteilungen mehr Gewicht zu verleihen. Die Sondermarke in kräftigem Rot und mit herausragendem, mit Silberfolie geprägtem Herz und dezenter Rose symbolisiert die Liebe in allen Facetten.

Andere Markenformen



Figuren der Comicserie „Superjhep“ von Lucien Czuga (*1954), Autor, und Roger Leiner (*1955), Zeichner

Andere Markenformen



Die Briefmarken sind in leuchtendem Rot gehalten, das in China als Symbol für Glück gilt. Für die Aufdrucke der Wertstufe «190» und der Herkunftsbezeichnung «Fürstentum Liechtenstein» sowie eines chinesischen Schriftzeichens wurde eine edle Goldfolienprägung ausgesucht. Wie für die Vorgänger benutzte die Philatelie Liechtenstein auch für das Schaf-Tierkreiszeichen die Form eines Scherenschnittes, der mit modernster Lasertechnik angefertigt wurde. Der erstmals 2011 beim Jahr des Drachen verwendete Scherenschnitt gilt als Weltneuheit in der Philatelie. Ausserdem werden die filigranen Scherenschnitt-Briefmarken als Selbstklebe-Postwertzeichen ausgegeben, die sich leicht vom Bogen ablösen lassen.

Besondere Technik

Der Scherenschnitt bei den Briefmarken ist eine Huldigung an diese traditionelle chinesische Volkskunst. Die Herstellung von Scherenschnitt-Briefmarken erfordert eine Reihe von Arbeitsschritten: Nach dem Druck der Marken wird die Perforierung und Schlitzung für das Ablösen der Selbstklebe-Briefmarken gemacht, dann folgt das Auftragen der Goldprägung, bevor mit Laser das filigrane Tierzeichen ausgeschnitten wird. Mit den Tierkreiszeichen-Briefmarken hat sich Philatelie Liechtenstein neue Märkte in Asien, insbesondere in China, erschlossen. Schon im Jahr 2005 haben Liechtenstein und China eine Gemeinschaftsbriefmarke herausgegeben, der 2010 aus Anlass der Weltausstellung in Shanghai eine Sonderausgabe folgte.

Andere Markenformen



Besondere Papiermarken



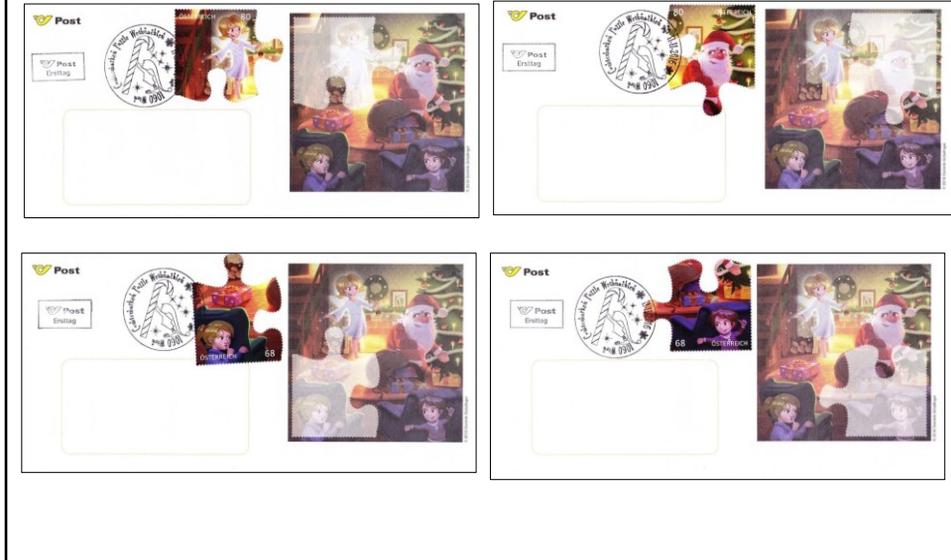
Marken zum Puzzlen

Besondere Papiermarken



Marken zum Puzzlen

Besondere Papiermarken



Marken zum Puzzlen

Besondere Papiermarken



Marken zum Puzzlen

Besondere Papiermarken



Produktinformationen

Erscheinungsdatum 28.01.2016 Auflagenhöhe 350.004 Druckart Offset/Folie weiß/Blindprägung Entwurf Atelier Liska Wesle Art Sonderpostmarke

„Die Zukunft ist noch nicht geschrieben. Sie ist, was wir daraus machen!“ Mit diesem Slogan hat das Gestalterduo Anna Liska und Andreas Wesle den heurigen Briefmarkenwettbewerb der Österreichischen Post AG und der Tageszeitung „Die Presse“ für sich entschieden

Der Gewinnerentwurf von Liska und Wesle zeigt den eingangs zitierten Satz, der Weiß auf Weiß mit Lack auf die Briefmarke gedruckt wurde. Die Briefmarke wird somit sinnbildlich zum weißen Blatt und soll alle zum Mitgestalten der Zukunft aufrufen, wie die beiden Künstler kommentieren.

Besondere Papiermarken



Marke zum Ausmalen

Zur leichteren Handhabung wird die 42 x 42 mm große Marke mit einer größeren Verpackung und einer Ausmal-Erklärung angeboten. „Folgen Sie der Farbkodierung, malen Sie das Symbol aus und vermitteln Sie die gewünschte Botschaft“, lautet nun die Devise für alle Briefmarkenkäufer. Denn: „Engagement ist der erste Weg in eine gemeinschaftliche Zukunft“, sind die Wettbewerbsgewinnerinnen von Undami überzeugt.

Besondere Papiermarken



Marke zum Ankreuzen

Sag's durch die Briefmarke – mehr denn je gilt dieser Satz für die neue Glückwunscharmke der Österreichischen Post. Mehrere Varianten stehen auf ein und derselben Briefmarke zur Auswahl, und der Versender kann selbst angeben, wofür er sich bedanken möchte: für einen Brief oder eine Karte, für Glückwünsche, für eine Einladung oder einen Besuch oder für etwas anderes, das man selbst ergänzen kann – einfach ankreuzen und ausfüllen. „Danke“ sagt die Briefmarke aber auch mit der orangefarbenen strahlenden Blume, die dem Betrachter fröhlich entgegenleuchtet – ein kleiner Blumengruß als Dank für eine nette Geste. Orange gilt als die Farbe der Freude und Geselligkeit – was wäre passender als diese Farbe, um seine Dankbarkeit auszudrücken? Damit ist das Schreiben von Dankesbriefen nicht mehr eine lästige Pflicht, sondern etwas, das Spaß macht – und der Empfänger erkennt schon an der Briefmarke, dass er jemandem eine Freude bereitet hat. Ob nach einem Geburtstag, einer Hochzeit oder einem Jubiläum – mit der Danke- Briefmarke kann man sich einfach für Geschenke und Glückwünsche bedanken. Und jede Gastgeberin und jeder Gastgeber freut sich, wenn nach einem gelungenen Abend in fröhlicher Runde ein nettes Dankschreiben mit einer solchen speziellen Briefmarke eintrifft – damit ist man sicher auch zur nächsten Party wieder eingeladen! Durch die freie Zeile auf der Briefmarke sind der Fantasie der Versender keine Grenzen gesetzt: danke für einen netten Abend, für deine Hilfe, für deine Freundschaft, für die schönen Fotos oder

wofür auch immer man seine Dankbarkeit ausdrücken möchte. Ein kurzer Brief oder eine Postkarte, darauf eine fröhliche Briefmarke mit einer persönlichen Botschaft – eine schöne Art zu zeigen, dass man sich über etwas gefreut hat. Die Glückwunschartikel „Danke“ ist eine Dauerartikel, die in allen Postvertriebsstellen erhältlich ist. Sie trägt keinen Nennwertaufdruck, sondern gilt als Frankatur für eine Standard-Inlandsendung, also derzeit 0,68 Euro. 2013 gab es bereits eine Glückwunschartikel mit der Aufschrift „Alles Gute!“ – eine charmante Möglichkeit, ein Glückwunschtschreiben zu frankieren. Die Briefmarke mit dem „Danke“ ist damit mehr als nur eine Postfreimachung, sie vermittelt selbst schon eine Botschaft: „Danke, dass du etwas Nettes getan hast, ich habe mich sehr darüber gefreut!“

Marken aus Papier mit



Goldfolienprägung

Marken aus Papier mit



Goldfolienprägung mit Lochstanzung, wie die Münze war

Marken aus Papier mit

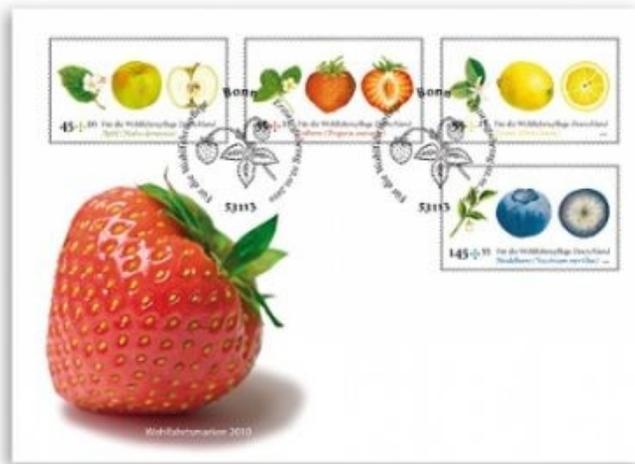


Der Duft wird durch eine spezielle **Lackbeschichtung** der Briefmarke erzeugt. Dieser Lack enthält winzige Duftkügelchen (Mikrokapseln), die beim Rubbeln aufplatzen und so den angenehmen Geruch freisetzen. Gedruckt wurde die Briefmarke von der Österreichischen Staatsdruckerei, in der es damals Gerüch(t)en zufolge tagelang nach Rosen geduftet haben soll ...

Marken aus Papier mit



Marken aus Papier mit



Diese produktionstechnische Sensation ist erstmals in Deutschland mit der Wohlfahrtsmarken-Serie 2010 möglich geworden. Ab dem 2. Januar erhalten Käufer und Empfänger die Markenmotive Apfel, Erdbeere, Zitrone und Heidelbeere mit dem entsprechenden Duft.

Der aufwendigen Produktion dieser neuen Serie gingen umfangreiche Tests mit Duftproben der Obstsorten voraus. Aufbringungsverfahren wurden ebenso getestet wie einwandfreie postalische Verwendung und gesundheitliche Unbedenklichkeit. Auch musste im Produktionsprozess eine Höchstzahl an Duftstoffen auf die Marken aufgebracht werden, damit der Duft nicht nach einmaligem Rubbeln verbraucht ist. Diese technischen Hürden sind überwunden. Die Marken entfalten – neben der optischen Eleganz – das ganze Aroma der jeweiligen Frucht.

Marken aus Papier mit



Goldfolienprägung

Marken aus Papier mit



Was wäre Weihnachten ohne Weihnachtsschmuck, ohne die Ornamente und Dekorationen, die wir mit diesem christlichen Fest verbinden? Leuchtende Sterne und Schneeflocken mit ihren filigranen Formen sind eines der beliebtesten Symbole für die Winterzeit und das Weihnachtsfest, ganz besonders edel sind sie hier auf der Weihnachtsbriefmarke mit einem echten, funkelnenden Swarovski Kristall verziert. Ein tiefblauer Himmel und glitzernde Schneeflocken, die durch die Luft tanzen und wie kleine Sternchen wirken: So stellt man sich eine traumhaft verschneite Winterlandschaft vor. Auch wenn es heutzutage selbst in alpinen Gegenden nicht mehr selbstverständlich ist, dass es weiße Weihnachten gibt, so hoffen wir doch Jahr für Jahr wieder auf ein „Winterwunderland“ mit Schneeflocken und strahlend blauem Himmel, so wie auf der Weihnachtsbriefmarke. Die Sterne und Schneeflocken auf der Sondermarke sind Darstellungen aus der traditionellen Serie „Weihnachtsornamente“, in der Swarovski jedes Jahr zur Weihnachtszeit ein neues glänzendes Kristallornament in der Form eines Sterns oder einer Schneeflocke herausbringt. So sorgen Swarovski Ornamente bereits seit mehr als 25 Jahren für festliches Strahlen während der Feiertage, ob als Schmuck am Weihnachtsbaum oder als dekorativer Geschenkanhänger.

Für das besondere Strahlen dieser Weihnachtsbriefmarke sorgt der glänzende Kristall, der eines der Weihnachtsornamente ziert. Er funkelt besonders magisch, denn er wurde mit dem „Aurora Borealis“-Effekt veredelt, daher schimmert er in allen Farben des Regenbogens und erinnert an die irisierende Schönheit der Nordlichter – ihnen verdankt dieser faszinierende Effekt auch seinen Namen. 1956 wurde der „Aurora

Borealis“-Effekt erstmals der Weltöffentlichkeit vorgestellt und ist bis heute von zeitloser Eleganz.

Kristalle von Swarovski sind für ihr außergewöhnliches Strahlen bekannt. Schon seit über 120 Jahren werden in dem Tiroler Traditionsunternehmen Schmuck, Modeaccessoires, Figurinen und vieles mehr erzeugt. In den 1910er-Jahren wurde eine eigene Glashütte gegründet, die für die Versorgung mit Rohstoffen sorgte. Daniel Swarovski, der das Unternehmen 1895 gegründet hat, versuchte von Anfang an, den technischen Fortschritt voranzutreiben und die Brillanz und Reinheit der Kristalle immer weiter zu steigern, wobei das Herstellungsverfahren von Swarovski Kristall bis heute streng geheim gehalten wird. Unter dem Namen Tyrolit entstand zudem auch eines der heute führenden Unternehmen zur Herstellung von Schleifmitteln, während sich der Firmenzweig Swarovski Optik mit Ferngläsern, Zielfernrohren und Teleskopen befasst. Weltweit bekannt sind die Swarovski Kristallwelten in Wattens in Tirol, wo weltbekannte Künstler unter der Inszenierung von André Heller Millionen von funkelnden Elementen zu einem großen Gesamtkunstwerk verbunden haben.

Marken aus Papier mit



2016, 14. Nov. Weihnachts- und Neujahrsgrüße. RaTdr., Markenheftchen (26); Streifen ph.; selbstklebend; gestanzt 11.

MiNr. 6623-6634 tragen jeweils ein rechteckiges Rubbelfeld.

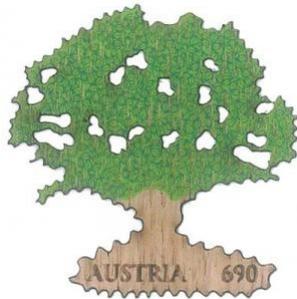
Briefmarken mit Gewinnchancen!

Am 14. November 2016 gibt die französische Postgesellschaft *La Poste* ein Heftchen mit zwölf selbstklebenden Weihnachtsmarken heraus. Eigentlich nichts Ungewöhnliches zu dieser Jahreszeit – doch diese Briefmarken sind etwas Besonderes, denn sie eröffnen den Käufern Gewinnchancen!

Auf jeder Marke ist – unterhalb eines weihnachtlichen Motivs – ein Rubbelfeld, das einen Code verdeckt. Nachdem man den Code freigerubbelt hat, gibt man ihn auf der *La Poste* Website ein, und mit etwas Glück ist man der Gewinner eines von 2.000 Preisen, die stündlich zwischen 14. November 2016 und 6. Jänner 2017 vergeben werden!

Die meisten der Sofortpreise sind elektronischer Natur: von Batterien, Kopfhörern bis hin zu Kameras und Tablets! Im Februar 2017 werden dann zu guter Letzt noch zehn tolle Hauptpreise an Personen, die bereits zuvor an dem Gewinnspiel teilgenommen haben, vergeben: sechs HD-Fernseher, drei Urlaubsreisen für Zwei und ein Renault im Wert von EUR 20.000! Kleiner Wermutstropfen: Nur Einwohner Frankreichs können an diesem Gewinnspiel teilnehmen!

Marken aus....



Holzbriefmarke – die Eiche

Die außergewöhnlichen Eichenbriefmarken der Österreichischen Post wurden aus dünnen Furnierblättern aus Eichenrundholz hergestellt. Der Baumstamm, der dafür verwendet wurde, stammt aus dem Revier der Österreichischen Bundesforste in Breitenfurt im Wienerwald. Die stattliche Eiche war 210 Jahre alt, 30 Meter hoch und wurde speziell für die Produktion der Briefmarken geerntet. Die weiteren Produktionsschritte wurden von der Wiener Firma *rausgebrannt*, die sich auf die Umsetzung ungewöhnlicher Ideen spezialisiert hat, in Kooperation mit Partnerfirmen aufwändig durchgeführt. Die Herstellung dieser ersten österreichischen Holz-Briefmarke stellte eine technische Herausforderung dar. Da der Baum frisch geerntet wurde, war wenig Zeit zum Trocknen gegeben. Dies brachte die Gefahr von Verformungen und Rissen mit sich, da Holz ein lebendiges Material ist und sich je nach Luftfeuchtigkeit verändert. Weiters machte die nicht ganz ebene Furnierfläche aufgrund der natürlichen Holzmaserung den Druck schwierig. Doch es hat gut geklappt. Mittels Lasercut, Laserbranding und Siebdruck wurde dem Eichenmarkenblock seine Form gegeben und die Blätter sowie die Umrandung und der Nominalwert aufgebracht. Jede Eichenmarke ist somit ein individuelles Einzelstück!

Außer Konkurrenz laufen Marken, die nicht auf Holz gedruckt sind, aber nach Holz duften, wie z. B. Indiens erste [Duftbriefmarke](#) aus 2006, die mit Sandelholz beduftet

ist. Brasilien gab 1999 eine Briefmarke aus, die nach verbranntem Holz riecht, um auf die verheerenden Auswirkungen von Waldbränden aufmerksam zu machen.

Marken aus....



Blockausgabe, Odr. auf filzbeschichtetem Papier

Marken aus....



Am 19. September 2008 legte die Österreichische Post dann nach. Es erschien eine zweite gestickte Marke mit dem Motiv Enzian. Verbrauch des Stickgarns: 9,2 Mio. Meter

Auflage 400.000 Stück, selbstklebend

268 Nadeln stickten die rund 400.000 Marken in einer Stickzeit von ca. 650 Stunden

Marken....



Block 12) Andorra spanische Post 2017, zum Ausklappen

Marken....



(Block 288) Spanien

2017, 10. Febr. Blockausgabe: 20. Jahrestag der Wiedereröffnung des Opernhauses „Teatro Real“ in Madrid. Odr., Papier ph.; Stanzung „ñ“ im Markenbild; gez. Ks 12:13. Bl. 288 ist zweimal gefaltet. Ausgebretet ist der Block 105175 mm groß.

Marken...



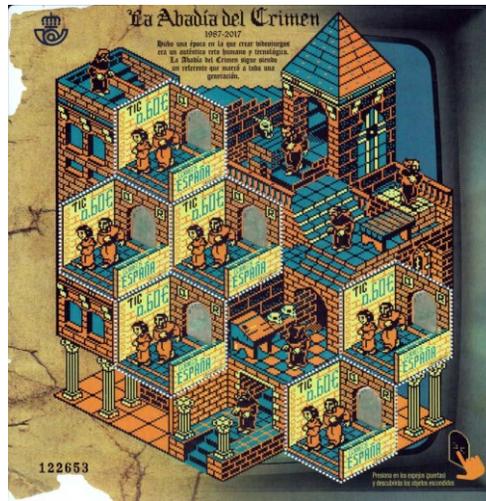
EINE BRIEFMARKE DIE WÄCHST MARKENBLOCK MIT BAUMSAMEN ZUM JAHR DES WALDES: KOOPERATION VON POST UND BUNDESFORSTEN.

Zum "Internationalen Jahr der Wälder" haben sich die Österreichische Post AG und die Österreichischen Bundesforste etwas ganz besonderes einfallen lassen: Einen Briefmarkenblock, der wächst. Beinhaltet in der Sonderausgabe sind nämlich Fichtensamen aus ganz Österreich, die jetzt im Herbst ausgesät werden können. „In wenigen Jahren werden daraus dann bei guter Pflege stattliche Fichten“, erklärt Bundesforste-Vorstandsdirektor Mag. Georg Schöppl, zu der einzigartigen Briefmarke. Es handelt sich dabei um die erste „lebende Briefmarke“, bei der Pflanzensamen eingearbeitet wurden.

Der neue Markenblock, der am 8. September erscheint wurde von Michael Rosenfeld gestaltet und ist nicht bloß ein Postwertzeichen, sondern weitaus mehr. In der Form eines kleinen Briefchens beinhaltet der Block eine speziell ausgewählte Mischung von Samenkörnchen heimischer Fichtenbäume aus Tirol, dem Salzkammergut, dem Waldviertel, der Steiermark und aus Kärnten. Samen, aus denen wieder Bäume wachsen sollen.

Der Briefmarkenblock „Europa 2011 (Jahr des Waldes)“ erscheint am 8. September mit einem Wert von 1.70 Euro. In ihn eingearbeitet wurden Fichtensamen, die von den Österreichischen Bundesforsten zur Verfügung gestellt wurden. Ged ruckt wurde der Sondermarkenblock in einer Auflage von 180.000 Stück in der Österreichischen Staatsdruckerei, er ist in allen Postfilialen erhältlich.

Marken....



(Block 292) Spanien

2017, 8. Mai. Blockausgabe: Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT)
(IV) - Videospiele. Odr. mit thermochromem Lacküberzug; Papier ph.; Stanzung „ñ“ im
Markenbild; gez. Ks 15

Adson und der Abt auf ihrer Verbrecherjagd; Figuren des Videospieles „La Abadía del
Crimen“ von Paco Menéndez (1965-1999) und Juan Delcán

MiNr. 5162-5167 unterscheiden sich voneinander durch Gegenstände, die hinter
schwarzen Türchen versteckt sind. Bei Erwärmen werden sie sichtbar.

Marken....



Marken....



Endlich ist es der US-Post wieder gelungen, uns Sammler mit einem Kleinbogen zu verwöhnen, der als echte philatelistische Besonderheit überzeugt.

Ausgabeanlaß für diesen ganz besonderen Kleinbogen ist die totale Sonnenfinsternis, die ab 21. August 2017 die USA von Westen nach Osten – über 14 Bundesstaaten hinweg – überquert.

Die auf dem Bogen enthaltenen 16 Selbstklebemarken zeigen als Motiv das Foto einer totalen Sonnenfinsternis aus vergangenen Jahren.

Weitere Informationen

Da die Marken mit thermochromischer Farbe gedruckt wurden, hat dies zur Folge, daß diese „Sonnenfinsternis“ – sobald man die Marke mit dem Finger erwärmt - verschwindet und es erscheint wie von Zauberhand das darunterliegende Bild des Mondes. Sobald die Marke dann wieder „eraltet“, kommt die „Sonnenfinsternis“ erneut zum Vorschein.

Dem nicht genug dokumentiert dieser exklusive Kleinbogen der US-Post auf seiner Rückseite den Ablauf der totalen Sonnenfinsternis, indem er die Karte des Verlaufs in Verbindung mit den geographischen Lagen gewisser Städte und den entsprechenden Uhrzeiten wiedergibt.

Dieser Kleinbogen ist viel mehr als nur eine kleine Spielerei – er ist eine echte philatelistische Besonderheit zu einem imposanten Ereignis!

Marken....



Die Selfie-Briefmarke verdankt ihre Entstehung einer Zusammenarbeit der Schweizerischen Post mit der Studienvertiefung Visuelle Kommunikation der Zürcher Hochschule der Künste. «Brief vs. E-Mail» war das Thema, über das die engagierten Studierenden - angehende Bachelorabsolventen, Durchschnittsalter 22 - von den Projektleitenden orientiert wurden. Der Gestaltungsprozess der acht Zweiertteams und sieben Einzelkämpferinnen und -kämpfer wurde durch Dozierende Mailbegleitet. Schliesslich wurden aus den Entwürfen die zehn besten ausgewählt und in einer letzten Runde das Siegerdesign erkoren: der Entwurf von Nicole Jara Vizcardo. Mit dem Aufkommen des E-Mails sei der Brief digitalisiert worden, heisst es im Konzept der jungen Gestalterin. Davon habe sie sich inspirieren lassen und überlegt, wie sie etwas Typisches aus der digitalen Welt auf das Format der Briefmarke übertragen könne. Das Selfie als im Moment gewonnenes und auf elektronischem Weg übermitteltes Selbstporträt schien ihr dabei am überzeugendsten. Es widerspiegeln den Zeitgeist und sei somit im wahrsten Sinn eine Reflexion unserer Gesellschaft. Realisiert wurde diese ausserordentliche Briefmarke mit einer Silberglanzfolie. Auf dem Bogen der Sondermarke ergänzen sich 20 Einzelmarken zu einem Tablet, auf dem sich das Konterfei des Betrachtenden spiegelt - das perfekte Sinnbild einer Symbiose aus digitaler und analoger Wirklichkeit.