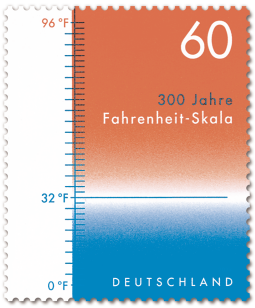
Sonderpostwertzeichen, Ausgaben 3. November

Alle Marken im Mehrfarben-Offset auf gestrichenem weißem fluoreszierendem DP2-Papier.

<u>Sondermarken ohne Zuschlag</u>

„300 Jahre Fahrenheit-Skala“,
Nennwert 60 Cent; Format: 33 x 39 mm; Entwurf: Thomas Poschauko und Martin Poschauko, Bad Feilbach;



Druck: Bagel Security-Print GmbH & Co. KG, Mönchengladbach. – Motiv: Fahrenheitskala vor farblicher Visualisierung des Temperaturbereichs. Der aus Danzig stammende Physiker Daniel Gabriel Fahrenheit (1686–1736) hat 1714 das Thermo-meter entscheidend verbessert und es mit einer in Grade unterteilten Skala kombiniert. Auf seiner Skala legte er einen geeichten Höchst- und einen Tiefpunkt fest. Erstmals konnten absolute Temperaturen und nicht nur Temperaturdifferenzen angegeben werden. Wenige Jahrzehnte später, im Jahr 1742, stellte der schwedische Astronom Anders Celcius (1701–1744) aber die heute bei uns gebräuchliche Grad-Celcius-Temperaturskala vor.
> Entgelt für Standardbrief-Inland

„200. Geburtstag Julius Robert von Mayer“

Nennwert: 90 Cent; Format: 44,20 x 26,20 mm; Entwurf: Professor Sascha Loebe, Stuttgart;
Druck: Bagel Security Print GmbH & Co. KG, Mönchengladbach – Motiv: Skala zur Äquivalenz von Wärme und Energie sowie den Lebensdaten. Als Mediziner mit nur geringem physikalischem Fachwissen stellte Julius Robert von Mayer (1814-1878) im Jahr 1842 als erster den Grundsatz der Energieerhaltung auf. Bis heute gilt in der Physik und Phy-sikalischen Chemie, daß in geschlossenen Systemen Energie weder entstehen noch verschwinden kann, sie jedoch in einem anderen Zustand auftreten kann. Während in Deutsch-land das Energieerhaltungsgesetz noch bis ins 20. Jahrhundert mit Helmholtz und Joule in Verbindung gebracht wurde, erlangte Mayer größere posthume Anerkennung nur in England. Vom Professor für Physik an der Royal Institution in London, John Tyndall, ist dieser 1891 gefallene Ausspruch bekannt: „Kein größeres Genie als Robert Mayer ist je in unserem Jahrhundert erschienen.“
> Entgelt für Kompaktbrief-Inland

„Schneemann“

Nennwert: 60 Cent; Format: 33 x 39 mm; Entwurf: Bianca Becker & Peter Kohl, Hamburg; Druck: Giesecke & Devrient GmbH, Werk Wertpapierdruckerei Leipzig. – Motiv: Schneemann in einer Schneekugel. Seit wann Menschen die weißen Flocken zu Figuren formen, weiß niemand so ganz genau. Aus dem Jahr 1770 datiert ein Leipziger Kinderbuch, in dem der Schneemann erstmals abgebildet wurde. Aus dem späten 18. Jahrhundert sind Darstellungen bekannt, die ihn zunächst als grimmigen Gesellen zeigen, als Zeichen des Winters, der Kälte, Hunger und Tod bringen konnte. Doch das schlechte Bild des Schneemanns wandelt sich bald ins Gegenteil, wie Kinderbuchillustrationen aus der Biedermeierzeit zeigen. Seitdem und bis heute ist der Schneemann eine fröhliche, winterliche Dekorationsfigur. – Marke mit Binnenperforation für das Schneemannbild.
> Entgelt für Standardbrief Inland

„Weihnachten 2014: `Stern von Bethlemem´“

Nennwert: 60+30 Cent; Format: 44,20 x 26,20 mm; Entwurf: Nicole Elsenbach, Hückeswagen;
Druck: Bundesdruckerei GmbH, Berlin. – Motiv: Linolschnitt Stern mit Schweif. Der Stern von Bethlehem gilt als Zeichen der Hoffnung. Unter ihm verstehen viele Gläubige das Licht, das nach biblischer Überlieferung die Weisen aus dem Morgenland zum Geburtsort von Jesus geführt hat.

> Entgelt für Standardbrief Inland

Weitere Neuheiten

Folienblätter (FB)

Marken auf selbstklebendem Verbundmaterial
Markenset mit Zuschlag „Stern von Bethlehem“
10 selbstklebende Sondermarken aus der Serie „Weihnachten“ 2014. Zur naßklebenden Marke verkleinertes Markenformat: 39,00 x 22,40 mm. Ausgabetag: 3.11.2014; Gesamtabgabepreis: 9 Euro. Markenbild identisch mit der naßklebenden Neuheit.
Druck: Bundesdruckerei GmbH, Berlin. – Das FB erscheint parallel zu den Zehnerbogen mit naßklebenden Marken. Der Zuschlag geht auch hier an die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege e.V.

Markenset „Schneekugel“
10 selbstklebende Sondermarken „Schneemann“ in Sonderperforation „Schneekugel“. Markenformat (wie vor), hier: 32,10 x 22,40 mm.Ausgabetag: 3.11.2014. Markenbild identisch mit der naßklebenden Neuheit vom selben Ausgabetag.
Druck: Giesecke & Devrient GmbH, Werk Wertpapierdruckerei Leipzig. Das Markenset kommt im Rahmen einer deutschlandweiten Promotion-Aktion der Deutschen Post in den Verkauf. Das geschieht bei der „Niederlassung Privatkunden / Filialen“ (neuer Name für die Versandstelle Weiden!) sowie in teilnehmenden Postfilialen.

Hinweis (zur Erinnerung)

Aufgrund der Formatänderung gelten die bildidentischen sellbstklebenden Sonderpostwertzeichen nicht mehr als druckidentische Ausgaben der naßklebenden Ursprungsmarken. Es sind eigenständige Ausgaben. Aus Sicht der Post ist die Sache dadurch geklärt, daß die selbstklebenden Parallelausgaben seit Ersterscheinen in den Markenkatalogen mit einer eigenen Hauptnummer geführt werden. Die Versandstelle bietet erleichternd seit dem 1.1.2007 die selbstklebenden PWz als Einzelmarken (nicht mehr nur in ganzen FB) im Rahmen einer Abonnenment-Erweiterung an.