



Die Maus bekommt Briefmarke zum 50. Geburtstag

- **Lach- und Sachgeschichte in der „Sendung mit der Maus“ am 28. Februar zeigt Entstehung der Maus-Marke**
- **DHL mit passenden Packset-Sondereditionen für den Paketversand**
- **Briefmarken und Packsets ab 1. März in Postfilialen und online erhältlich**

Bonn, 24. Februar 2021: Die Maus wird 50! Am 7. März 1971 lief die erste Ausgabe der erfolgreichen „Sendung mit der Maus“ im ersten deutschen Fernsehen. 50 Jahre später erfreut sich die Maus immer noch großer Beliebtheit und bekommt ein ganz besonderes Geburtstagsgeschenk: eine eigene Briefmarke, auf der sie mit ihren treuen Freunden, dem Elefanten und der Ente, abgebildet ist. Diese erscheint am 1. März in einer Auflage von 65 Millionen Stück. Neben dem Portowert 80 Cent hat sie einen Matrixcode, hinter dem sich Wissenswertes über die Briefmarke verbirgt und mit dem sie über die Post & DHL App bis in die Zielregion des Briefes nachverfolgt werden kann. Gestaltet wurde die Briefmarke von Bettina Walter, die als Grafikerin bei der Deutschen Post in Bonn arbeitet. Offizieller Herausgeber der Briefmarke ist das Bundesministerium der Finanzen.

Zusätzlich zum Postwertzeichen erscheinen auch ein Markenset mit zehn selbstklebenden Marken und zwei DHL Packset Sondereditionen in den Größen S (1,79 Euro) und M (2,19 Euro) für den Paketversand. Erhältlich sind die Brief- und Paketprodukte ab dem 1. März in Postfilialen, im Online-Shop oder telefonisch beim Bestellservice der Deutschen Post (Tel.: 0961 – 3818 – 3818).

Seit nunmehr einem halben Jahrhundert erfreut und begleitet die Maus sonntags morgens junge und junggebliebene Fernsehzuschauer durch die Lach- und Sachgeschichten der „Sendung mit der Maus“. Dabei beantwortet sie genau jene Fragen, die kleinen und großen Zuschauerinnen und Zuschauern unter den Nägeln brennen. Selbst vor komplizierten Themen macht die Maus nicht halt. Sie erklärt nicht nur, wie die Löcher in den Käse kommen, sondern zeigt auch sehr anschaulich, wie zum Beispiel ein Feuerwehrauto gebaut wird. 2014 war sie sogar mit dabei, als der Astronaut Alexander Gerst seine erste Mission im Weltall unternahm. Etwas irdischer wird es in der Sendung am 28. Februar 2021 zugehen: Dann zeigt die Maus in einer Lach- und Sachgeschichte, wie die Jubiläums-Maus-Marke produziert wurde – von der Konzeption im Post Tower über die Produktion in der Bundesdruckerei bis hin zum Weg eines Maus-Briefes durch die Sortiermaschinen der Deutschen Post.



Am 7. März 1971 wurde in der ARD zum ersten Mal ein vom WDR produziertes Format ausgestrahlt, das sich „Lach- und Sachgeschichten für Fernsehanfänger“ nannte. Darin trat unter anderem jene Maus, geschaffen von der Bildhauerin und Grafikerin Isolde Schmitt-Menzel, in einer Geschichte mit dem Titel „Die Maus im Laden“ auf. Diese kam so gut an, dass sie zum Star der Sendung erkoren wurde. Am 23. Januar 1972 lief „Die Sendung mit der Maus“ erstmals unter diesem Namen und mit den Maus-Spots zwischen den Lach- und Sachgeschichten. Im Vorspann, der 1973 hinzukam, werden noch heute die Themen der aktuellen Folge vorgestellt, und zwar zuerst auf Deutsch und danach in einer Fremdsprache. Sicherlich auch deshalb ist die Maus auch international beliebt und gilt als eine der erfolgreichsten deutschen Fernsehproduktionen überhaupt. Heute ist die Maus auch im Radio und im Netz unterwegs: in der MausApp, auf der Webseite die-maus.de und bei Social Media.

In den Einspielern löst die Maus in der Regel äußerst kreativ Probleme: Bei Bedarf kann sie ihre Beine verlängern, ihren Schwanz ausrufen und als Werkzeug benutzen oder diverse Hilfsmittel aus ihrem Bauch zaubern. Unterstützt wird sie seit 1975 von einem kleinen Elefanten, 1987 kam noch eine freche Ente hinzu. Keine der Figuren hat einen Namen oder spricht – den Hintergrund der Filme bilden Soundeffekte und Musik. So gesehen ist es also gar nicht die stumme Heldin, die uns die Welt erklärt – sie sorgt aber für die kindliche Note und hat auch mit 50 nichts von ihrer Neugier eingebüßt. In diesem Sinne gratuliert auch die Deutsche Post: Alles Gute zum Geburtstag!

Hinweise an die Redaktionen: Die Briefmarke kann in hochauflösender Form auf der Website des Bundesfinanzministeriums heruntergeladen werden:

https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Bilderstrecken/Sondermarken/Programm_2021/Briefmarken_Programm_2021/2021_sendung-mit-der-maus.png?blob=poster&v=4

Zu beachten sind hier zudem Hinweise zum Urheberrecht:

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

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter dpdhl.de/presse

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group
Media Relations



Alexander Edenhofer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dpdhl.epost.de

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Deutsche Post DHL Group ist der weltweit führende Logistikanbieter. Der Konzern verbindet Menschen und Märkte und ermöglicht den globalen Handel. Er verfolgt die strategischen Ziele, weltweit erste Wahl für Kunden, Arbeitnehmer und Investoren zu sein. Dazu konzentriert sich Deutsche Post DHL Group auf Wachstum in seinen profitablen Logistik-Kerngeschäften und die Beschleunigung der digitalen Transformation in allen Unternehmensbereichen. Mit nachhaltigem, unternehmerischen Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.

Der Konzern vereint zwei starke Marken: DHL bietet ein umfangreiches Serviceportfolio aus Paketversand, internationalem Expressversand, Frachttransport, Supply-Chain-Management und E-Commerce-Lösungen; Deutsche Post ist Europas führender Post- und Paketdienstleister. Deutsche Post DHL Group beschäftigt rund 550.000 Mitarbeiter*innen in über 220 Ländern und Territorien der Welt. Im Jahr 2019 erzielte der Konzern einen Umsatz von mehr als 63 Milliarden Euro.

The logistics company for the world.