

Holzbriefmarke

Am 7. September 2004 gibt die Schweizerische Post erstmals in ihrer Geschichte eine Briefmarke aus Holz heraus. Das Wertzeichen zu 5 Franken ist dem Rohstoff Schweizer Holz. Gewidmet und erscheint in einer limitierten Auflage. Die in einer begrenzten Stückzahl hergestellte Sondermarke "Rohstoff Schweizer Holz" besteht aus 0,7 mm dickem Fichtenholz bester Qualität. Mit der überraschenden Anwendung weist die Schweizerische Post auf die vielfältigen Verwendungszwecke von einheimischem Holz und dessen Bedeutung für unser rohstoffarmes Land hin. Die ungezähnte Rarität soll aber auch die Welt der Briefmarken bereichern und in der Bevölkerung Aufmerksamkeit und Emotionen für ein alltägliches und trotzdem spannendes Produkt wecken. 13. August 2004.



Katalog Nr. 1133

Quelle: Die Schweizerische Post AG, Lignum

Stickerei Briefmarke

Weltpremiere: Die erste gestickte Briefmarke. Was bisher noch niemandem gelungen ist, wird Tatsache: Die Schweizerische Post gibt am 21. Juni 2000 die erste echt gestickte Briefmarke der Welt heraus. Es handelt sich dabei um ein frankaturgültiges Wertzeichen zu 5 Franken, das der St. Galler Stickerei gewidmet ist und in einer limitierten Auflage erscheint.

Mit der weltweit erstmaligen Ausgabe einer echt gestickten Briefmarke beweist die Schweizerische Post einmal mehr Mut zur Innovation. Es brauchte schon intensive Entwicklungsarbeiten und bedeutende Investitionen sowie den Einsatz von High-Tech und neuartigen Produktionsprozessen, um die Idee eines "Textil-Wertzeichens" verwirklichen zu können.

Kleinbogen mit vier identischen Marken.

Katalog Nr. 998, Block Nr. 999

Quelle: Die Schweizerische Post AG



Duftbriefmarke

2001 versüsst die Schweizerische Post jetzt mit einer neuen Sondermarke den weltweiten Brief- und Paketverkehr: Aus Anlass des 100. Geburtstages von Chocosuisse, dem Verband Schweizerischer Schokoladefabrikanten, gibt die Schweizerische Post eine Briefmarke mit Schokoladeduft heraus. **Durch sanftes Reiben mit dem Finger auf der Oberfläche entfaltet die Marke den süssen Duft von Schokolade.** Möglich macht dies ein spezieller Lacküberzug, in dem sich Millionen kleinster Kügelchen mit einem synthetischen Duftstoff befinden. Diese Kügelchen platzen unter leichtem Druck und verströmen den feinen Duft von Schweizer Schokolade.

Katalog Nr. 1024

Quelle: Die Schweizerische Post AG



Rosen, die in eine Welt von Farben und Duft entführen: Duftende Marken



Christrose



Ingrid Bergman



Charmian



Belle Vaudoise



Frühlingsgold

Duftende Briefmarken sind bei den Kundinnen und Kunden der Post sehr beliebt. Zusammen mit der Stiftung Pro Juventute hat Briefmarken und Philatelie beschlossen, die Jubiläumsmarken 2002 ebenfalls mit Duftstoff zu versehen. Damit knüpft die Post am Erfolg der Sondermarke «100 Jahre Chocosuisse» an und erfüllt einen häufig geäußerten Wunsch. Die vier Rosen werden bei zartem Reiben an der Markenoberfläche einen frischen Rosenduft verströmen.

Katalog Pro Juventute Nr. 364 - 368

Quelle: Die Schweizerische Post AG

Lentikulardruck (4-seitige Wellenstanzung)

2007: die Schweizerische Post wendet für zwei Sondermarken zum ersten Mal ein neues Produktionsverfahren mit einer verblüffenden Wirkung an: die Linsenrasteroder-Lentikulartechnik.

Die Technik ermöglicht es, mehrere unterschiedliche Bilder in einem einzigen konventionellen Druckverfahren darzustellen. Die Anzahl der Bilder wird bestimmt durch die Linsengrösse und die Bildauflösung. So sind etwa einfache Bildwechsel oder aber sogar kleine Filmsequenzen darstellbar.

Weiter können auch dreidimensionale (räumliche) Darstellungen ohne die bisher benötigte 3-D-Brille gezeigt werden. Die einzelnen Bilder – im Erklärungsbeispiel sind es drei (siehe Abbildung) – werden mit einer speziellen Software in Streifen zerlegt und abwechselungsweise wieder nebeneinandergelegt. Diese Datei wird dann spiegelverkehrt im UV Offsetdruck unter komplexen Anforderungen auf die Rückseite der Linse gedruckt.

Unter jeder Lentikularlinse befinden sich nun die in Streifen zerlegten Bilder A, B, C. Da die Lentikularfolie auf der Brechungseigenschaft des Lichts beruht, fängt sie je nach Betrachtungswinkel die entsprechenden Streifen wieder zu einem Gesamtbild zusammen. Ändert man den Betrachtungswinkel, so reihen sich die zusammengehörenden Streifen aneinander und erzeugen abwechselungsweise das Bild A, B und C.

Katalog Nr. 1231 -1232

Quelle: Die Schweizerische Post AG

