

Lot nr.: L253441

Land/Typ: Europa

Schweiz Sammlung, aus den Jahren 2005 bis 2009, mit gest. Briefmarken, im Album.

Preis: 50 eur

[Gehen Sie auf die viel auf www.briefmarken-liste.com]

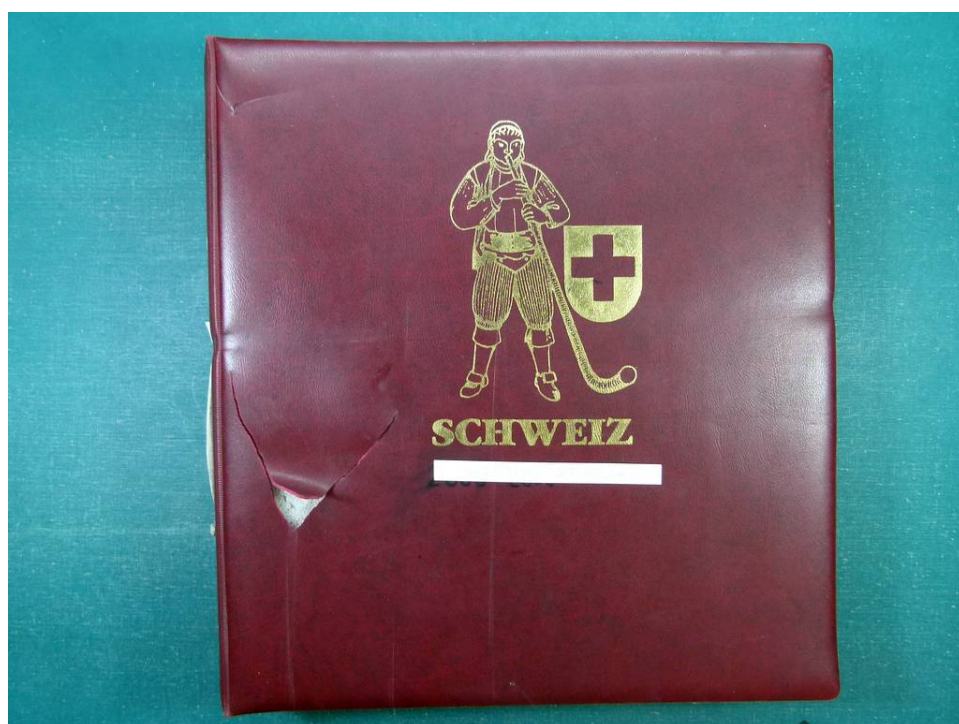






Foto nr.: 3





Foto nr.: 4







Foto nr.: 6





Foto nr.: 7





Foto nr.: 8

Dienstmarke des
„Internationalen Olympischen Komitees (IOC)“:



= Nicht frankaturgültig
= für Private

Geänderte senkrechte Zähnung 14 1/2
„Heilpflanzen“:



Gedenkblock der Schweiz zum 50jährigen Jubiläum der Ausgabe „Sitzende Helvetia“
mit aufgeklebter Schweizer Freimarke zu 5 Rappen aus dem Jahr 1851.



2005



Foto nr.: 9





Foto nr.: 10





Foto nr.: 11





Foto nr.: 12





Foto nr.: 13







Foto nr.: 15



2007



Foto nr.: 16



Noch mehr wohl als der Oesterreicher hängen wir Schweizer an unserer Bergwelt. Das symbolisieren auch immer die PTT-Ausgaben, es vergeht kaum ein Jahr, da nicht unsere Berge auf Briefmarken in irgendeiner Form wiedergegeben werden. 1914 galt es noch, die Schönheiten der Natur in den Vordergrund zu stellen: Die Mythen, die beiden Hörner in der Innerschweiz, gelten jedem Schweizer Touristen als ebensolches Muss wie das Matterhorn. Das Rütli – kein Berg zwar, aber eine traditionsreiche Stätte, die vor 700 Jahren zum Geburtsort der Eidgenossenschaft geworden ist – gehörte dazumals einfach zu einem Markensatz wie vorher die Helvetia, der Tell, der Tellenknabe. Und schliesslich die Jungfrau aus dem Berner Oberland, jener Berg, dem die Lauterbrunner nachsagen, dass da leider der Mönch dem Glück zwischen Jungfrau und Eiger dazwischen stehe, die Wetterscheide zwischen dem südlichen Wallis und dem Mittelland, ein Traumberg, der schon von Bern her bewundert werden kann. Damit liess sich 1914 noch im Ausland werben: Unberührte herrliche Natur, gesunde Luft, Bergler und Schneelandschaften.

Leider können heute keine derartigen Marken mehr mit gutem Gewissen gedruckt werden: Die Täler rund um die Jungfrau sind der Erosion ausgesetzt, weil Skipisten und ungezügelter Tourismus ihre Spuren hinterlassen haben, die Mythen sind zum Schauberg geworden, das Rütli zur Pilgerwiese. Die Natur steht noch, nur würden die Marken heute eben anders aussehen.



Foto nr.: 17





Foto nr.: 18



2007



Foto nr.: 19





Foto nr.: 20





Foto nr.: 21

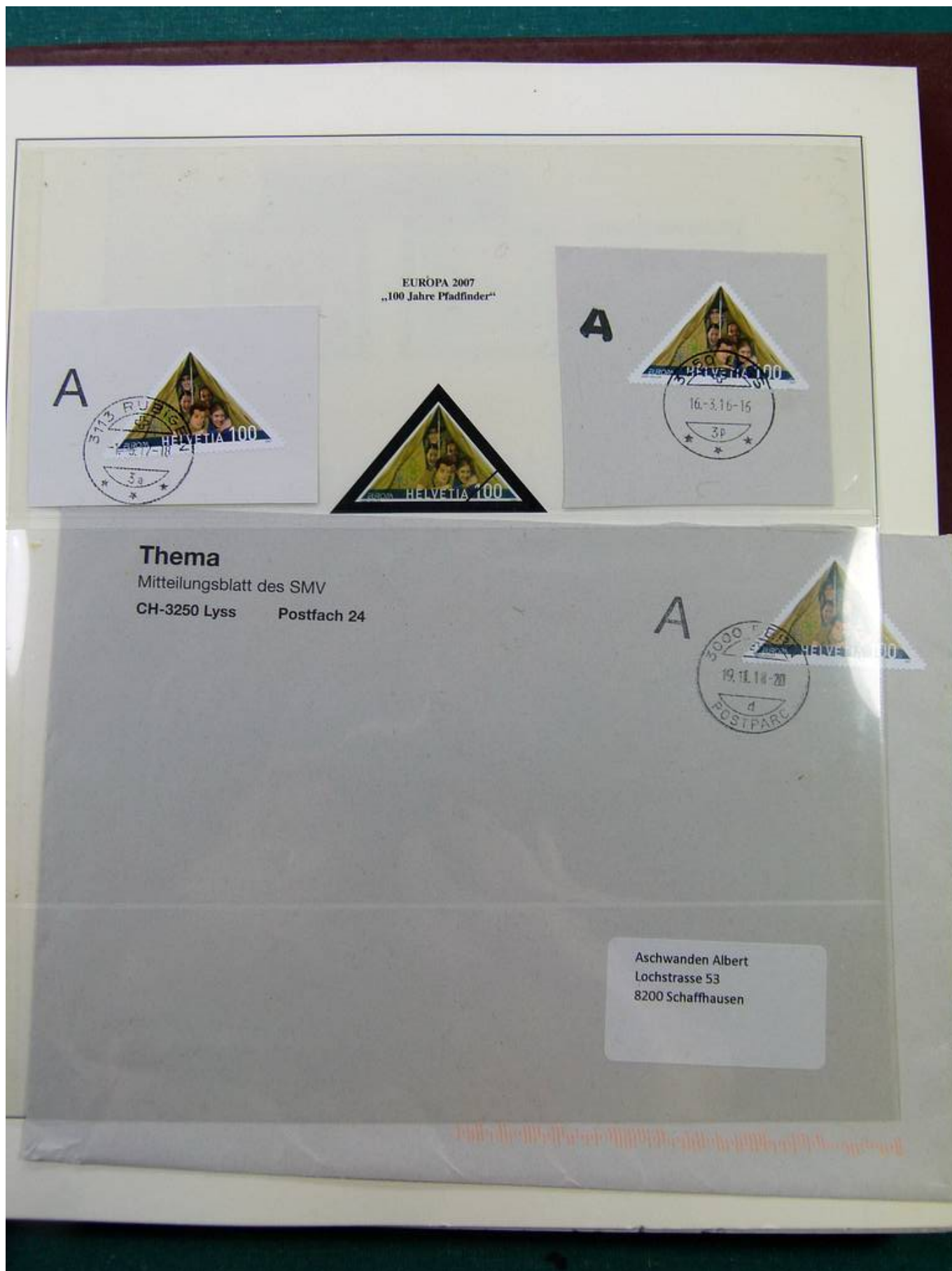




Foto nr.: 22

„Schellen-Ursli“
aus Markenheftchen
mit geänderter Schriftlänge



2008



Foto nr.: 23





Foto nr.: 24





Foto nr.: 25





Foto nr.: 26







Foto nr.: 28



2009



Foto nr.: 29



Nr. 260

Made in
Germany

131 N



Foto nr.: 30





Foto nr.: 31





Foto nr.: 32



2009



Foto nr.: 33



2009



Foto nr.: 34

