



**Posta Stamps**  
Färöer

Nr. **28**  
April 2016

ISSN 1603-0

**Neue Ausgaben:**

- Fischleder
- Nationaltracht
- Jesus von Nazareth
- Automatenmarken 2016

**Posta**   
FAROE ISLANDS



# Svanbjørg Manai

## 40-jähriges Jubiläum bei der färöische Post

Es dürfte kaum jemandem entgangen sein, dass Posta in diesem Jahr das 40-jährige Jubiläum feiert. Am 1. April 1976 wurde die färöische Abteilung von Post Danmark aus der Organisation ausgegliedert, und so entstand unter dem Namen Postverk Føroya, später nur Posta, die unabhängige Post der Färöer.

Doch parallel zum Jubiläum soll auch die Geschichte der charismatischen Direktorin von Posta, Svanbjørg Manai, erzählt werden, die in diesem Jahr ebenfalls ihr 40-jähriges Jubiläum begeht. Sie war nämlich von Anfang an dabei und ist im Laufe der Jahre mehr oder minder zum Synonym des Unternehmens geworden.

Als damals die Briefmarkenabteilung des neuen Postwesens aufgebaut werden sollte, wurde wegen ihrer Sprachkenntnisse die junge Svanbjørg Manai aus Tórshavn angeworben. Für den Kundendienst brauchte man nämlich Sprachkundige und stellte daher zusammen mit zwei anderen Mitarbeitern Svanbjørg ein - zunächst nur auf Stundenbasis, denn diese Stelle war in ihren Zukunftsplänen eigentlich nicht vorgesehen. Obwohl der damalige Personalleiter A. G. Nielsen Svanbjørg jeden Monat bei der Lohnauszahlung fragte, ob sie nicht fest angestellt werden wollte, lehnte sie immer dankend ab.

Der Grund für Svanbjørgs Zurückhaltung war, dass sie eigentlich nur vorübergehend zu Hause war. Sie hatte in Deutschland, Frankreich und Norwegen gelebt und wollte wieder in die Welt hinausziehen, bevor sie sich mit einer festen Arbeit dauerhaft niederließ. Das hört sich für uns, die Svanbjørg viele Jahr lang begleitet haben, sehr lustig an. Denn sie ist zweifellos eine der am weitesten gereisten Färingerinnen überhaupt, und zwar gerade wegen ihrer Arbeit. Ein Running Gag im Unternehmen lautete, bei einem Telefonat mit Svanbjørg wisse man nie, aus welchem Land sie gerade antworte.

Die Briefmarkenabteilung war bereits von Anfang an ein modernes Unternehmen. Unter dem ersten Leiter Jørgen Gunnarson wurde die EDV im Kundendienst eingeführt. Diese Entwicklung setzte sich unter Knud Wachters Leitung fort; Kundenpflege stand ganz oben auf der Tagesordnung, und die Abteilung brachte sich aktiv in den Verkauf ein, indem sie an Ausstellungen und Veranstaltungen in aller Welt teilnahm. Es war Svanbjørgs Aufgabe, zusammen mit anderen die Briefmarkenabteilung nach außen zu repräsentieren. Sie, die wegen ihrer Reisepläne nicht fest angestellt werden wollte, war im Rahmen ihrer Arbeit fast ständig unterwegs.

1986 wurde eine eigentliche Verkaufsabteilung



Die 40 Jahre Svanbjørg Manai bei der Post gearbeitet hat, ist sie auf vielen Briefmarkenausstellungen auf der ganzen Welt gewesen.

für die Briefmarkenabteilung eingerichtet – mit Svanbjørg als Leiterin. Zusammen mit dem Direktor der Briefmarkenabteilung, dem ebenso charismatischen Knud Wacher, und dem Direktor der färöischen Post, Esbern Midjord, bildete sie ein symbiotisches Team. Wacher war der moderne Bürokrat und Manager, der sich um den Betrieb des Unternehmens und die Verwaltung kümmerte, Reisen und Repräsentationspflichten jedoch nicht sonderlich schätzte. Svanbjørg wurde daher zum Gesicht der Briefmarkenabteilung und ihre Repräsentantin nach außen. Bis zur Pensionierung von Esbern Midjord 1998 legten die drei gemeinsam die Ausgabepolitik und die Briefmarkenmotive fest.

Die konstruktive Zusammenarbeit mit Knud Wacher setzte sich fort. Die Richtlinien, die damals aufgestellt wurden, sind immer noch die Grundlage für färöische Briefmarkenausgaben. Jede Briefmarke muss eine Geschichte erzählen und soll als kleines Fenster zur färöischen Kultur, Geschichte und anderen landestypischen Gegebenheiten fungieren. Die Verkaufsstrategie ist nach außen gerichtet, und man macht eine Tugend daraus, in der großen, weiten Welt vertreten zu sein.

Als Wacher 2006 in Rente ging, wurde Svanbjørg Manai seine Nachfolgerin als Direktorin der

Briefmarkenabteilung. Gleichzeitig erfolgten umfassende Umstrukturierungen – die Institution Postverk Føroya wurde in die Aktiengesellschaft Posta umgewandelt. Es war eine turbulente Zeit mit großen Veränderungen, in der durch die veränderte Bedeutung der Post erforderlich gewordene Umstellungen und Rationalisierungen erfolgten. Die neue Organisation hat inzwischen ihren Platz als modernes Logistikunternehmen und Herausgeberin von Briefmarken gefunden.

In diesem Jahr kann Svanbjørg Manai nun gleichzeitig mit Posta ihr 40-jähriges Jubiläum feiern. Es waren ereignisreiche Jahre für die Frau, die wegen ihrer Reiselust nicht fest angestellt werden wollte. Im Laufe der Jahre hat sie den Globus wohl mehrfach umrundet und war in ihrer Eigenschaft als Führungskraft außerhalb der traditionellen Frauenberufe zugleich eine Pionierin unter den färöischen Frauen. Doch so wie wir sie kennen, denkt sie darüber nicht weiter nach – Svanbjørg richtet jetzt wie bisher ihren Blick auf den Horizont vor sich.

Herzlichen Glückwunsch zum 40-jährigen Jubiläum, Svanbjørg! Mögen noch viele interessante Reisen vor dir liegen!



FO 834

Probendruck

# Fischleder - Fischbriefmarken

## – im wahrsten Sinne des Wortes

Manchmal landen Aufträge auf meinem Schreibtisch, die mich wirklich verblüffen. Kreative Schöpfungen, die so ungewöhnlich und doch so naheliegend sind, dass man sich schmunzelnd an den Kopf fasst und ausrufen will: „Na klar! Wieso bin ich selbst noch nicht darauf gekommen?“

So ein Erlebnis hatte ich neulich, als Posta sich an mich wandte und fragte, ob ich nicht einen kleinen Artikel über ihre neue Briefmarke schreiben könnte, die – und genau hier weiteten sich meine Augen vor Verwunderung – aus Kabeljauhaut hergestellt sei.

„Kabeljauhaut“, dachte ich, „wie in aller Welt sieht das denn aus?“

Meine leichte Skepsis schwand jedoch schnell, als ich die Briefmarken sah. Im Prinzip wirkten sie wie normale Briefmarken, mit Text, Wertaufdruck und einer kleinen schraffierten Zeichnung des Meistergraveurs Martin Mörck. Doch da endete die Ähnlichkeit auch schon. Auf jeder Briefmarke klebte nämlich ein viereckiges Stück gegerbte Kabeljauhaut. Gar nicht grau und langweilig, wie ich – was ich zu meiner eigenen Schande gestehen muss – ursprünglich befürchtet hatte, sondern unglaublich schön und mit einem Muster in beinahe metallisch wirkenden Farbnuancen, die sich je nach Blickwinkel veränderten. Nach der Betrachtung mehrerer Marken konnte ich feststellen, dass

alle verschieden waren – etwas, das man in der Briefmarkenbranche sonst tunlichst vermeidet.

Wie dem auch sei, Posta gibt im September jedenfalls wunderschöne Briefmarken mit Kabeljauleder heraus. Der Fisch wurde vor den Färøern gefangen, die Haut von der Fischfabrik Nevið in Toftir geliefert und bei Atlantic Leather in Island gegerbt. Gedruckt wurden die Briefmarken bei Cartor in Frankreich.

Der atlantische Kabeljau (*Gadus morhua*) ist meist ca. einen Meter lang, kann jedoch auch eine Länge von bis zu zwei Metern und ein Höchstgewicht von 96 Kilo erreichen. Er kann bis zu 25 Jahre alt werden. Man findet ihn auf beiden Seiten des Atlantiks, im Osten von Novaja Semlja in der Barentssee über Spitzbergen und Jan Mayen bis hinunter zur Biskaya sowie in der Nord- und Ostsee. Sein Verbreitungsgebiet umfasst die Gewässer um die Färøer, Island und Grönland und reicht westlich von Labrador im Norden bis nach North Carolina im Süden.

Der Kabeljau ist normalerweise graubraun bis gelbgrün am Rücken und an den Seiten, mit grauen oder braunen Flecken und einem hellen Streifen an der Seite. Sein Bauch ist weiß oder grauweiß. Er kann jedoch je nach Lebensraum auch andere Farbvarianten aufweisen, z. B. dunkelbraun oder rotbraun, wenn er im Tang lebt.



Kabeljau  
Foto: Maria Olsen

Der Kabeljau ist wegen seines feinen Fleisches begehrt, vor allem der färöische Kabeljau, der fetteres Fischfleisch hat und nicht so mehlig oder trocken ist wie in anderen Regionen.

Obwohl es seit der Nachkriegszeit nicht besonders üblich war, ist das Gerben von Fischhaut eine uralte Kunst. Die Qualität von Fischleder variiert natürlich von Art zu Art, doch richtig behandelt ist Leder vom Kabeljau, Lachs oder Steinbeißer oft robuster als gewöhnliches Rindsleder.

Die Größe der Fischhäute bringt es mit sich, dass man das Leder vor allem für die Herstellung kleinerer Dinge wie Schuhe, Taschen, Geldbeutel und Uhrarmbänder verwendet hat, doch zusammengenäht kann es auch in der Bekleidungsindustrie und für Möbelbezüge eingesetzt werden. Moderne Designer erkennen in wachsendem Maße die praktische Verwendbarkeit und Schönheit von Fischleder – und nutzen es außer für die bereits erwähnten Artikel für zahlreiche andere Zwecke, z. B. für Schmuck, Gürtel, Bucheinbände und Bildcollagen.

Da sich eine steigende Tendenz abzeichnet, den gefangenen Fisch möglichst vollständig zu

verwerten, wird es in den nächsten Jahrzehnten sicher zu einer verstärkten Nutzung von Fischhaut kommen. Diese wird sich nicht auf das Gerben der Haut beschränken, sondern ein breiteres Spektrum einnehmen. Beispielsweise in der industriellen Herstellung von Fischgelatine, die in der Lebensmittelindustrie sowie in modernen Hochtechnologien wie Elektronik und Optik eingesetzt werden kann. Darüber hinaus kann Eiweiß aus Fischhaut in der Ernährungsindustrie und zu Vollwertkost verarbeitet werden.

Nur die Phantasie setzt die Grenzen für die Nutzung des reichlichsten Rohstoffs der Färöer - Fisch. Und gerade jetzt schlägt Posta eine Schlacht für den vergessenen Schatz, der in den vielseitigen Verwendungsmöglichkeiten von Fisch liegt, und gibt einzigartige Briefmarken mit wunderschön gemustertem Kabeljauleder heraus.

Anker Eli Petersen



FO 835-836

Probendruck

## Die färöische Nationaltracht I

Besuchern der Färöer wird es kaum entgangen sein, dass viele Färinger auf Feiern und Ortsfesten ihre Nationaltrachten tragen. Männer in Kniebundhosen und den typischen färöischen Mützen, Frauen in bodenlangen Röcken mit hübsch bestickten Schürzen und Schultertuch sowie fein gearbeitetem Silberschmuck.

Eigentlich ist der Brauch, Nationaltracht zu tragen, nicht sonderlich alt. Die Trachten haben ihren Ursprung in der täglichen Kleidung bis Mitte des 19. Jahrhunderts und begannen sich erst Ende des 19. Jahrhunderts zur Zeit der Nationalbewegung deutlich von der Alltagskleidung abzusetzen. Die Bezeichnung „føroysk klæði“ (färöische Kleider) ist im Gegensatz zum Begriff „donsk klæði“ (dänische Kleider) zu sehen, der in Geschäften gekaufte Bekleidung bezeichnete, und bedeutet nicht unbedingt Festkleidung. Nachdem es immer üblicher wurde, gekaufte Kleidung zu tragen wie die meisten Europäer, wurde die traditionelle Kleidung zu einer Klasse für sich. In meiner Kindheit gab es immer noch vor allem ältere Männer, die täglich Kniebundhosen, Strickjacke und Mütze trugen.

Doch wie gesagt, im Laufe der Zeit und vor allem während der nationalromantischen Bewegung des 19. Jahrhunderts erhielten die färöischen Kleider langsam den Status von Festkleidung. Seit den Anfängen ist es zu einigen Veränderungen und einer gewissen Standardisierung der Frauen- wie auch der

Männertracht gekommen, so dass man nun von einer eigentlichen Nationaltracht sprechen kann. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde die Nationaltracht immer seltener getragen, erlebte in den letzten 20 bis 30 Jahren jedoch eine starke Renaissance, die teilweise auf den erneut aufblühenden Nationalismus zurückzuführen ist, der aus der schweren Finanzkrise auf den Färöern in den 90er Jahren resultierte.

Wir werden in drei jährlichen Briefmarkenausgaben Aspekte der Frauen- und der Männertracht beleuchten.

### Torso – Frauentracht

Die Strickjacke der Frauentracht ist kurz und enganliegend. Sie ist vorn offen und hat einen breiten Halsausschnitt. Traditionell ist die Strickjacke rot mit kleinen schwarzen Mustern, in selteneren Fällen blau mit dunkelblauen Mustern. In jüngerer Zeit hat man damit begonnen, mit Farben wie Violett, Grün oder Rot zu experimentieren, um nur einige Beispiele zu nennen.

Unter der Öffnung vorn trägt man eine sogenannte „Brust“, einen Brustlatz. Er war früher bei dieser Tracht nicht üblich, sondern stammt von der alten Festtracht „stakkur“. Damals wurde der Einsatz aus Wolle gestrickt oder gewebt und gewalkt oder gefilzt, heute besteht er dagegen aus gefüttertem Velours oder einem ähnlichen Stoff. Der Brustlatz hat zwei Funktionen: Zum einen soll er



P/F Marjun Heimá  
Foto: amyedna.com

ausgleichend wirken, wenn die Frau sich, nun ja, etwas auslegt, damit sie die Strickjacke weiterhin tragen kann. Die andere Funktion ist die einer hervorhebenden Unterlage für den Silberschmuck der Tracht.

Um die Strickjacke eng an den Oberkörper zu schnüren, benutzt man eine Silberkette, eine sogenannte „stimi“. Die Kette wird durch Ösen gezogen, „malja“ auf Färöisch, die an beiden Seiten der Jackenöffnung sitzen. Am Ende der Kette hängt eine Silbernadel, die „sproti“ heißt und nach dem Schnüren an der Strickjacke befestigt wird. Eine Quelle berichtet, dass die Kette früher nur bis unter die Brust reichte, um diese zu betonen. Nun wird sie jedoch auch über die Brust geführt.

In der Taille tragen die Frauen einen breiten schwarzen Gürtel mit einer verzierten Silberschnalle. In seltenen Fällen besteht der gesamte Gürtel aus verzierten Silberplatten.

Oben am Bruststeinsatz trägt man eine große verzierte Silberbrosche, mit der das Schultertuch gehalten wird. Brosche und Gürtelschnalle sollen nach Möglichkeit zueinander passen.

Insgesamt spielt der Silberschmuck eine große Rolle für die Tracht. Es gibt Frauen, die bereits

mit dem Sammeln der Einzelstücke anfangen, die einmal zusammengehören sollen, wenn ihre Töchter noch klein sind. Der Silberschmuck wird auch oft von der Mutter an die Tochter vererbt. Die Gestaltung von Broschen und Silberschnallen variiert. In den letzten Jahren sind weitere färöische Motive hinzugekommen.

#### Torso – Männertracht

Die Tracht der Männer besteht zuunterst im Allgemeinen aus einem weißen Hemd. Über dem Hemd wird eine Weste mit sechs Silberknöpfen, zwei kleinen Taschen und ausgeklügelten Stickereien mit Blumenmotiven getragen. Die Weste ist vorn entweder rot oder schwarz. Es gibt auch eine weiße Variante als Hochzeitsweste für den Bräutigam.

Über der Weste trägt der Mann eine strickjackenartige Knöpfjacke, die vorn offen und beidseitig mit Silberknöpfen besetzt ist. Die Strickjacke wird meist offen getragen und nur oben von einer kurzen Silberkette zusammengehalten, an deren Enden Silberknöpfe sitzen. Die Knöpfjacke ist entweder einfarbig dunkelblau aus gestrickter und gefilterter Wolle oder, wie auf der Briefmarke, hellblau mit dunkelblauem Muster.

Anker Eli Petersen



FO 837-846

Probendruck

## Jesus von Nazareth:

### Botschaft des Holzes

### Edward Fugløs Wandschmuck in der Christianskirche

Im Frühjahr 2013 schuf Edward Fuglø zehn Reliefs aus teilweise bemaltem Holz für die Christianskirche in Klaksvík, die Szenen aus dem Leben Jesu schildern. Das Material – Holz – scheint passend für den Heiland, der Pflegetsohn des Zimmermanns Josef war.

Ein weiterer Beweggrund für die Wahl von Holz ist die fleißige Verwendung dieses Materials in der Kirche selbst, deren mächtige Holzkonstruktion an die großen Hallenbauten aus der Wikingerzeit erinnert. Und die runden Schilde an den Seiten der Wikingerschiffe haben Edward Fuglø dazu bewogen, für seine Reliefs die kreisrunde Form zu wählen.

Im Gegensatz zu einem Gemälde ragen die Reliefs in den Raum hinein und werfen tiefe Schatten. Sie sind wie geschaffen dafür, einen breiten, niedrigen Versammlungsraum unter der eigentlichen Kirche zu schmücken. Der kraftvolle Ausdruck der Reliefs ist daher auch eine Antwort auf diese anspruchsvolle Umgebung.

Das kreisrunde Format hat den Beiklang eines Ewigkeitssymbols und eignet sich für eine religiöse Erzählung somit vielleicht besonders gut. Es birgt jedoch auch eine

künstlerische Herausforderung: Die Bilder müssen sich der runden Form anpassen, ihr in gleichem Maße aber Widerstand leisten, und beides hat Edward Fuglø meisterlich gelöst. Die Figuren beugen sich demütig der Rundung des Rahmens, andere Male richten sie sich standhaft auf, als ob dieser nicht existierte.

Erzählt wird kurz und dramatisch, wobei der ruhige und würdevolle Jesus wie das Auge eines Orkans von heftigen Bewegungen und den ausdrucksvollen Gesichtern seiner Jünger und der Volksscharen umwogt wird – ein expressionistisches Kapitel für sich.

Im Geiste der Pop-Art weicht Edward Fuglø nicht vor dem Banalen zurück. Der Stil ist „bibelhistorisch“: einfach, klar und flächig. Dieser Ausdruck hat ein langes und verwässertes Nachleben gehabt, war in der italienischen Kunst der Renaissance mit Giotto und seinen Nachfolgern jedoch einst revolutionär und schlagkräftig. Ihre Kunst war auch die Inspiration für Joachim Skovgaards Altarbild in der Christianskirche, ein Fresko vom großen Abendmahl (Det Store Gæstebud, 1901), dem Fuglø Reliefs somit ihre Referenz erweisen.





Die Christianskirke in Klaksvík  
Das Altarbild wurde von Joachim Skovgaard gemalt

Die Reliefs sind aber nicht nur retro. Sie erinnern an eine plastische Landkarte mit Höhenlinien, und die Verwerfungen sind so groß, dass das Ganze eine aufgelöste, kubistische Anmutung hat, wenn man das Werk aus der Nähe oder von der Seite betrachtet. Einfachheit und Komplexität gehen Hand in Hand, da die Erzählung durch die dekorative Note bereichert wird, die durch die abstrakten, oft in heftigen Rhythmen auftretenden Formationen der einzelnen Elemente entsteht.

Mittendrin tauchen seltsame Fremdkörper wie ein Lichtschalter, ein Angelhaken, ein Schloss oder ein Nagel auf, durch die die Reliefs einen collageartigen Aspekt erhalten. Es handelt sich um Gegenstände, die dem Künstler geschenkt wurden. Als Dinge mit einer besonderen Bedeutung für den Geber hat Edward Fuglø sie als Kommentare der Lokalbevölkerung zur heiligen Geschichte in das Werk einfließen lassen. Dadurch werden Leben und Leiden Jesu besonders präsent.

Auch die Reihenfolge der Episoden weckt das Interesse. Beispielsweise erscheint das Relief mit der Stillung des Sturmes später, als es sollte, und macht die Leidensgeschich-

te dadurch noch dramatischer. Jesu Himmelfahrt birgt überdies einen Hinweis auf Christi Wiederkehr zum jüngsten Gericht.

Und dann gibt es eine Vielzahl zum Nachdenken anregender Details. Beim Einzug in Jerusalem reitet Jesus allein ohne jubelnde Menschenschar; einsam geht er seinem Schicksal entgegen. Bei Jesu Taufe erscheint ein winziger Hirsch im Hintergrund als Hinweis auf die Worte im Psalm 42: „Wie der Hirsch schreit nach frischem Wasser, so schreit meine Seele, Gott, zu dir“. Wie in der alten christlichen Kunst beinhalten die Reliefs eine gute Geschichte und Nahrung für unsere Gedanken.

Die Reliefs entstanden in enger Zusammenarbeit mit Sjørður Sólstein, Möbeltschler und Lehrer an der Technischen Schule in Klaksvík, der seine Arbeitsräume für die Produktion zur Verfügung stellte. Er war für die schwierige und anspruchsvolle Arbeit zuständig, die zahlreichen Einzelteile der Reliefs nach Edward Fugløs Zeichnungen im Verhältnis 1:1 zuzuschneiden.

Mit ihrer magischen Mischung aus Einfachheit und Komplexität, Erzählung und Dekora-



Der Künstler Edward Fuglø spricht über das Kunstwerk in die Keller der Christian Kirche

tion, Neu und Alt, Phantasie und Handwerk sind Edward Fugløs Reliefs ein neues Hauptwerk der färöischen Kirchenkunst. Der Zimmermann aus Nazareth hätte anerkennend genickt.

Zuletzt einige Fakten:

Die Reliefs bestehen aus einer 2 cm dicken Birkenholzplatte mit einem Durchmesser von 135 cm, eingefasst mit einer 2 cm breiten Messingleiste, die ursprünglich eine Fußleiste für die ausgetauschten Kirchenbänke war.

Auf die Platte wurden unbehandelte, geölte oder (mit Acrylfarbe) bemalte Holzstücke geleimt. Die Materialien sind Fichte, die afrikanischen Holzsorten Bubinga und Zebrano und nicht zuletzt Kiefernholz, das vor allem vom früheren Blendrahmen für das Altarbild in der Kirche stammt. Außerdem Treibholz, gebrauchte Metallteile und vieles mehr.

Die Motive – von links und im Uhrzeigersinn – sind:

1. Die Ankündigung der Geburt Jesu (Lukas 1:26-38)
2. Die Anbetung der Hirten (Lukas 2:8-21)
3. Der zwölfjährige Jesus im Tempel (Lukas 2:41-52)

4. Jesu Taufe (Matthäus 3:13-17, Markus 1:9-11, Lukas 3:21-22, Johannes 1:29-34)
5. Die Speisung der Fünftausend (Matthäus 14:13-21, Markus 6:30-44, Lukas 9:10-17, Johannes 6:1-15)
6. Die Heilung der zehn Aussätzigen (Lukas 17:11-19)
7. Die Stillung des Sturmes (Matthäus 8:23-27, Markus 4:35-41, Lukas 8:22-25)
8. Jesu Einzug in Jerusalem (Matthäus 21:1-11, Markus 11:1-11, Lukas 19:28-40, Johannes 12:12-19)
9. Jesu Weg nach Golgatha (Matthäus 27:32, Markus 15:21, Lukas 23:26-32, Johannes 19:17)
10. Jesu Himmelfahrt (Lukas 24:50-53, Apostelgeschichte 1:9-12)

Zum Wandschmuck gehören auch sechs kleine „Vignetten“ an den Wandpartien zwischen den Fenstern. Sie bestehen aus geschnitzten und bemalten Formen, die als Nahaufnahmen von Details aus den Reliefs fungieren: ein Stern, ein Lamm, eine Säule, ein Fisch, ein Krug und eine Taube.

*Nils Ohrt*

# Automatenmarken 2016: Färöische Musikfestivals

Das Design ist noch nicht fertig.



GIFestival  
Foto: Fotostudio

Thema der diesjährigen Automatenmarken sind färöische Musikfestivals.

So weit wie die Aufzeichnungen über die färöische Geschichte zurückreichen, hat Musik in der Kultur und Erzähltradition des Landes schon immer eine große Rolle gespielt. In der Musikszene der Färöer tummeln sich heute Künstler und Komponisten aller Genres, die Auftritte und Aufnahmen in Weltklassequalität abliefern. Im Laufe des Sommers finden rundum auf den Inseln mehrere gut besuchte Musikfestivals statt.

## GIFestival

"The Faroe Islands party that you can't afford to miss" – WIRED Magazine

Dieses einmal jährlich stattfindende dreitägige Festival ist einmalig. Natürlich werden überall auf der Welt Festivals auf Inseln und am Strand veranstaltet, aber GI ist eine Klasse für sich. Das Festival nimmt den kleinen Ort Syðrugøta mit seinen 400 Einwohnern auf der Insel Eysturoy komplett ein. Die Konzertbühnen werden am Strand und auf dem Fußballplatz direkt vor den Fenstern der Häuser aufgebaut. Die Einheimischen heißen die Gäste herzlich willkommen – ein erfrischender Gegensatz zur sehr reservierten Haltung gegenüber Festivalgästen an vielen anderen Orten der Welt.

Weitere Informationen: [www.gifestival.fo](http://www.gifestival.fo)

## Sommerfestival

Jedes Jahr zieht das Sommerfestival im Vergleich zu ähnlichen Veranstaltungen auf den Färöern die

größten Besucherscharen an. Ca. 10.000 Menschen nehmen an diesem dreitägigen Festival teil, das im Zentrum von Klaksvík stattfindet. Das Sommerfestival ist ein beliebtes Musikfestival für alle Altersgruppen. Zu den aktuellen und früheren Haupt-Acts des Sommerfestivals gehören Alpha-beat, Westlife und die Scorpions.

Weitere Informationen: [www.summarfestivalur.com](http://www.summarfestivalur.com)

## Sørvágs Country & Blues Festival

Country- und Bluesmusik ist auf den Färöern sehr beliebt und hat im kleinen Ort Sørvágur ein eigenes Festival. Nach echter Country-Manier wird über dem offenen Feuer gegrillt, und im Westernstil gekleidete Festivalgäste mit Cowboyhut tanzen Line Dance zwischen den Heuballen.

Weitere Informationen: [www.country.fo](http://www.country.fo)

## Voxbotn

Voxbotn ist das ureigene Festival von Tórshavn. 12 Stunden wird das Publikum nonstop mit Popmusik für alle Altersgruppen unterhalten. Festivalort ist Vágsbotn im Zentrum von Tórshavn - die beste Location der färöischen Hauptstadt. Mit der Konzertbühne inmitten der alten Lagerhäuser, gemütlichen Cafés und Restaurants ist echte Festival-Atmosphäre für die etwa 3000 - 4000 Menschen garantiert, die hier zusammenkommen, um lokale und internationale Musiker in einer langen, hellen Sommernacht spielen zu hören.

Weitere Informationen: [www.Voxbotn.fo](http://www.Voxbotn.fo)

Quellen: [www.visitfaroeisland.com](http://www.visitfaroeisland.com) [www.faroeislands.com](http://www.faroeislands.com)

# Neue Briefmarken am 26. September 2016



Probendruck



Probendruck



Probendruck

Neue Ausgabe: **Fischleder**  
Ausgabetag: 26.09.2016  
Werte: 50,00 DKK  
Nummern: FO 834  
Briefmarkenformat: 30 x 40 mm  
Design: Martin Mörck  
Drucktechnik: Offset/gravure  
Druckerei: Cartor Security Printing, Frankreich  
Gebührensatz: Einschreiben

Neue Ausgabe: **Die färöische Nationaltracht \***  
Ausgabetag: 26.09.2016  
Werte: 17 & 20,00 DKK  
Nummern: FO 835-836  
Briefmarkenformat: 26,5 x 40 mm  
Künstler: Edward Fuglø  
Drucktechnik: Offset  
Druckerei: Österreichische Staatsdruckerei  
Gebührensatz: Klein und Gross briefe nach Europa, 0-50 g

\* Die Marken sind auch als selbstklebende Markenheftchen hergestellt, 6 (3 x 9,00 DKK und 17,00 DKK)

Neue Ausgabe: **Jesus von Nazareth**  
Ausgabetag: 26.09.2016  
Werte: 10 x 9,00 DKK  
Nummern: FO 831  
Format, Block  
Künstler: Edward Fuglø  
Drucktechnik: Offset  
Druckerei: Kleinbriefe nach Europa, 0-50 g  
Gebührensatz:

Posta Stamps  
Óðinshædd 2  
FO-100 Tórshavn  
Färöer

Tel. +298 346200  
Fax +298 346201  
stamps@posta.fo  
www.stamps.fo

Multilingual webshop: [www.stamps.fo](http://www.stamps.fo)

