

Bundesarbeitsgemeinschaft



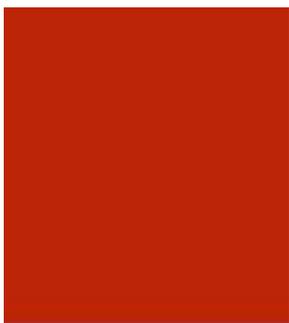
der Freien
Wohlfahrtspflege

14.03.2024

Jahresbericht 2023 des Fachausschusses Wohlfahrtsmarken

Vorsitz:

Evelyn Moeck, Diakonie Deutschland



Im März hat das Bundesministerium der Finanzen mitgeteilt, dass die im August 2020 begonnenen Verhandlungen über die Vergabe der Lizenz zu Produktion, Vertrieb und Vermarktung von Postwertzeichen mit dem Aufdruck „Deutschland“, zu denen die Zuschlagsmarken gehören, erfolgreich zum Abschluss gekommen sind. Wie vom Fachausschuss

erhofft, ist die Deutsche Post alter und neuer Vertragspartner. Der Vertrag tritt am 01.01.2024 in Kraft und hat eine Laufzeit von zehn Jahren. Die Sonderpostwertzeichen „Für die Wohlfahrtspflege“ und „Weihnachten“ bleiben wie bisher im Verantwortungsbereich des Ministeriums.

Unter dem Leitmotiv „IM WIR VERBUNDEN“ mit dem Themenschwerpunkt „Zivilgesellschaftliche Zusammenarbeit und kultureller Austausch in Europa“ stand das diesjährige Bürgerfest des Bundespräsidenten. Zu dem Abend ausschließlich für geladene Gäste durften in diesem Jahr insgesamt 16 Vertreter der Mitgliedsverbände benannt werden. Dabei lag der Fokus auf der Förderung des jungen Ehrenamtes, so dass die Mitglieder des Fachausschusses überwiegend Ehrenamtliche benannt haben, die selbst unter 30 Jahre alt sind oder sich zum Ziel gesetzt haben, den Nachwuchs im Ehrenamt zu fördern.

Die im Februar erschienenen Wohlfahrtsmarken mit Motiven aus dem Grimmschen Märchen „Hans im Glück“ sowie die im November herausgegebene Weihnachtsmarke „Die Botschaft des Engels: Euch ist heute der Heiland geboren“ sind wie in den Vorjahren auf vielfältige Weise durch die Deutsche Post und die Verbände beworben worden. Hierzu zählen z. B. Thekenaufleger und Aussendungen an alle Haushalte. Dennoch ist bei den Verkäufen der Deutschen Post mit Einbußen zu rechnen. Nach Mitteilung der Deutschen Post entsprechen die rückläufigen Verkaufszahlen der Wohlfahrtsmarken dem allgemeinen Trend. Nicht nur für die Wohlfahrtsmarken, sondern für alle Zuschlags- und sonstigen Marken zeichnet sich gleichermaßen ein negativer Trend ab, der u. a. der Konkurrenz durch alternative Kommunikationsformen geschuldet sei.

Nach Mitteilung der Deutschen Post wird in 2024 die Produktpalette angepasst. Einige Änderungen betreffen auch die Zuschlagsmarken. So wird es nicht mehr die Möglichkeit geben, Dialogpost mit Sonderbriefmarken zu frankieren. Hierfür bietet die Post eigene Dienstleistungen an. Zudem werden ab 2024 aufgrund zu geringer Nachfrage bei gestiegenen Produktionskosten keine „Ersttagsbriefe mit dem Plus“ mehr ausgegeben.

Die Deutsche Post hat für die Serie 2023 (Stand: Ende Dezember) 780.547 Euro für die Wohlfahrtsmarken überwiesen. Diese Summe liegt um 103.967 Euro unter dem Vorjahreswert zum selben Zeitpunkt. Für die ersten beiden Verkaufsmonate der Weihnachtsmarke sind 294.244 Euro gezahlt worden (Vorjahr: 389.851 Euro). Insgesamt liegen die Erlöse für die Serie 2023 somit zum Jahresende um 200.000 Euro unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Eine abschließende Bewertung der Serie 2023 ist zum jetzigen Zeitpunkt schwierig, da die Abrechnungsmodalitäten seitens der Deutschen Post z. T. starken Verzögerungen und/oder Schwankungen unterliegen. Es ist jedoch von einem deutlich Rückgang der Erlöse auszugehen. Laut Mitteilung der Deutschen Post zeichnet sich dieser Trend bei allen Postwertzeichen inklusive der Zuschlagsmarken ab. In der Privatkundenkommunikation sei aktuell ein Rückgang von rund 18% zu verzeichnen.

Die Verbände haben bis zum 31.12.2023 in rund 11.500 Einzelbestellungen 8,4 Mio. Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken mit einem rechnerischen Zuschlagswert in Höhe von knapp 3,6 Mio. Euro abgenommen. Gegenüber dem Vorjahresergebnis bedeutet das einen Rückgang von rund 20% bei Stückzahlen und Erlös.

Die BAGFW-Finanzkommission hat im Zuge einer Straffung und Verschlankeung der Ausschussstrukturen beschlossen, den Fachausschuss „Wohlfahrtsmarken“ in seiner bisherigen Form zum 31.12.2023 aufzulösen. Der verbandsübergreifende Informationsaustausch wird aber ab dem 01.01.2024 unter der Koordination der BAGFW-Referentin weitergeführt.

Weitere Informationen unter www.wohlfahrtsmarken.de

[Zum Seitenanfang](#)