Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege

13.03.2018

Jahresbericht 2017 des Fachausschusses Wohlfahrtsmarken

Vorsitz: Claus Helmert, Der Paritätische

Nach dem Amtsantritt des neu gewählten Bundespräsidenten hat der BAGFW-Präsident Prälat Dr. Neher Herrn Steinmeier in - Fortführung der seit 1956 bestehenden Tradition – um die Übernahme der Schirmherrschaft über das Sozialwerk Wohlfahrtsmarken gebeten. Auf Wunsch des Bundespräsidialamtes wurden Hintergrundinformationen, Daten und Argumente zusammengestellt, die die Vorsitzenden der BAGFW-Finanzkommission und des BAGFW-Fachausschusses „Wohlfahrtsmarken“ sowie der BAGFW-Geschäftsführer und die Leiterin der Abteilung Wohlfahrtsmarken in einem persönlichen Gespräch mit dem

zuständigen Referatsleiter präsentiert haben. Sicher auch auf dieser Basis hat sich der Bundespräsident nach anfänglichem Zögern letztlich entschieden, die Schirmherrschaft zu übernehmen.

Um das persönliche Engagement der zahlreichen Ehrenamtlichen zu würdigen, waren die Verbände aufgefordert, 30 Personen zu benennen, die zum Bürgerfest des Bundespräsidenten im September in Schloss Bellevue eingeladen wurden. Der Fachausschuss hat haupt- und ehrenamtlich Tätige ausgewählt, die sich für und in Projekten engagieren, die aus den Erlösen aus dem Verkauf der Marken (mit-) finanziert werden.

Auf der Sitzung des Fachausschusses im Mai hat die Agentur art core verschiedene Layout-Linien zur Bewerbung der Wohlfahrtsmarken 2018 vorgestellt. Nach intensiver Diskussion haben sich die Mitglieder darauf verständigt, den Auftritt unter der Headline „Zeig was du drauf hast!“ weiterzuführen. Als Testimonial wurde eine Frau ausgewählt, die „mitten im Leben steht“. Dieses Hauptmotiv fand sich auf allen Plakaten, Anzeigen sowie Formularen und Werbemitteln für den Verbandsbereich wieder. Der bereits in 2016 ebenfalls unter diesem Titel produzierte TV-Spot wurde aktualisiert und wiederum den Sendern mit der Bitte um kostenfreie Schaltung angeboten. Die insgesamt knapp 900 Ausstrahlungen zwischen März und Dezember haben einen Mediawert von fast 1,2 Mio. Euro.

Die Verbände haben von der Serie 2017 insgesamt rund 14,8 Mio. Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken mit einem rechnerischen Zuschlagserlös in Höhe von fast 5,2 Mio. Euro abgenommen. Dies entspricht einem Rückgang von mehr als 16 % gegenüber der Vorserie.

Die Deutsche Post hat für die Serie 2017 aus dem Verkauf von Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken und zugehörigen Sonderprodukten bisher knapp 1,84 Mio. Euro an die BAGFW überwiesen (Stand: Abrechnung Februar 2018).

Zum Seitenanfang