Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege

10.03.2020

Jahresbericht 2019 des Fachausschusses Wohlfahrtsmarken

Vorsitz: Claus Helmert, Der Paritätische

Einer der Aufgabenschwerpunkte bei der Arbeit des Fachausschusses war die Umsetzung des Beschlusses der BAGFW-Gremien zur Reorganisation der BAGFW-Abteilung Wohlfahrtsmarken im Rahmen der Perspektivendebatte und die sich daraus ergebende neue Aufgabenverteilung. So lag erstmals die Gestaltung und Produktion der Werbematerialien für Wohlfahrts- und Weihnachtmarken im Verantwortungsbereich der Verbände. Dazu haben sich die Fachausschuss-Mitglieder des Deutschen Caritasverbandes, der Diakonie Deutschland und des Paritätischen Gesamtverbandes untereinander abgestimmt. Die daraus resultierenden Vorschläge wurden von den

übrigen Verbänden mitgetragen, die angefallenen Kosten umgelegt.

Sowohl der bisher über die BAGFW erfolgte Verkauf von Marken und Produkten an Privat- und Firmenkunden als auch die Belieferung von Philatelisten mit Werbematerialen wurde wie geplant über die Verbände abgewickelt.

Die Organisation der Teilnahme an der Internationalen Briefmarkenbörse Sindelfingen hat federführend der Paritätische übernommen und wurde dabei von der Diakonie Deutschland und der BAGFW-Abteilung Wohlfahrtsmarken unterstützt.

Eine große Herausforderung stellte die lange währende Unsicherheit über den Zeitpunkt der Entgeltänderung durch die Deutsche Post dar. Diese war bereits zu Jahresbeginn 2019 erwartet worden, trat jedoch letztlich erst zum 01.07.2019 in Kraft. So waren die im Februar erschienenen Wohlfahrtsmarken seit diesem Zeitpunkt nur noch durch Zukleben von Ergänzungswerten einzusetzen. Durch die andauernde Unsicherheit erfolgten überwiegend Kleinstbestellungen knapp über dem Mindestbestellwert. Erst mit der ausnahmsweise bereits im Oktober aufgelegten Weihnachtsmarke war wieder eine Zuschlagsmarke zur portogerechten Frankatur des Standardbriefes verfügbar.

Diese Entwicklung spiegelt sich in den Abnahmezahlen der Verbände wider: Von der Serie 2019 wurden insgesamt knapp 10,2 Mio. Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken mit einem rechnerischen Zuschlagserlös in Höhe von fast 3,7 Mio. Euro abgenommen. Dies entspricht einem Rückgang rund 30 % gegenüber der Vorserie. Allein von den bei der Deutschen Post verbindlich bestellten 70.000 100er-MarkenBoxen mit selbstklebenden Marken konnten nur knapp 45.000 Stück abgerufen werden. Aufgrund der Entgeltänderung hat die Deutsche Post die Verbände auf Antrag der BAGFW von der Abnahmeverpflichtung für dieses - eigens für die BAGFW-Mitgliedsverbände gefertigte - Produkt entbunden.

Erfreulich ist hingegen die Entwicklung der Verkaufszahlen über die Vertriebswege der Deutschen Post. Die an die BAGFW überwiesenen Erlöse für die Wohlfahrtsmarken liegen mit 1,22 Mio. Euro (Stand: Abrechnung Dezember) um mehr als 230.000 Euro über dem Erlös der Vorserie. Für die Weihnachtsmarken sind bisher rund 390.000 Euro überwiesen worden. Es ist zu vermuten, dass hier das exzellente Vorjahresergebnis für das Chagall- Motiv von knapp 740.000 Euro nicht erreicht werden kann.

Zum Seitenanfang