

Bundesarbeitsgemeinschaft



der Freien
Wohlfahrtspflege

13.03.2019

Jahresbericht 2018 des Fachausschusses Wohlfahrtsmarken

Vorsitz: Claus Helmert, Der Paritätische

Der Schwerpunkt der Beratungen im Fachausschuss lag auf der Umsetzung des Beschlusses der BAGFW-Gremien zur Reorganisation der BAGFW-Abteilung Wohlfahrtsmarken im Rahmen der Perspektivendebatte. Konkret wurde abgestimmt, welche Aufgaben und Leistungen ab 2019 von der Abteilung erbracht werden sollen und die sich daraus ergebende Auflistung von Aufgaben erstellt, die zukünftig entfallen oder in die Eigenregie der Verbände übergehen. So wurde entschieden, dass die Gestaltung und Produktion von Werbematerialien, der Verkauf von Wohlfahrts- und Weihnachtmarken mit Zuschlag an Privat- und Firmenkunden, die Abwicklung des Anerkennungspreises für Freiwillige Helferinnen und Helfer sowie die Präsentation des Sozialwerkes auf Messen aus dem Verantwortungsbereich der Abteilung Wohlfahrtsmarken

in den der Verbände übergeht.

Um einen reibungslosen und verlustfreien Übergang zu gewährleisten wurden, Absprachen zur zeitlichen und organisatorischen Umsetzung vereinbart.

Um das persönliche Engagement der zahlreichen Ehrenamtlichen zu würdigen, waren die Verbände aufgefordert, 15 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.

In der Sitzung des Fachausschusses im Juni haben sich die Verbandsvertreter dafür ausgesprochen, die Bewerbung der Wohlfahrtsmarken 2019 wiederum unter die Headline „Zeig was du drauf hast!“ zu stellen und nur ein neues Testimonial auszuwählen. Auch bei der Weihnachtsmarke fiel die Entscheidung auf Bewährtes: „Frohes Fest. Mit Weihnachtsmarken Gutes tun.“ wird als zentrale Botschaft z. B. auf den Plakaten vermittelt. Angesichts der unklaren Situation hinsichtlich der erwarteten Entgeltänderungen in 2019 beschloß der Fachausschuss, die Materialien für die Weihnachtsmarken 2018 und die Wohlfahrtsmarken 2019 erstmals getrennt zu produzieren und zu versenden.

Die Verbände haben von der Serie 2018 insgesamt knapp 14 Mio. Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken mit einem rechnerischen Zuschlagserlös in Höhe von fast 4,9 Mio. Euro abgenommen. Dies entspricht einem Rückgang von mehr als 11 % gegenüber der Vorserie.

Die Deutsche Post hat für die Serie 2018 aus dem Verkauf von Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken und zugehörigen Sonderprodukten bisher gut 1,5 Mio. Euro an die BAGFW überwiesen (Stand: Abrechnung Dezember).

[Zum Seitenanfang](#)