



# Handreichung Wohlfahrtsmarken.



## Inhalt:

Seite

Seit 1949 gibt es Wohlfahrtsmarken!	3
1.   Wozu Wohlfahrtsmarken? – Nutzen, Zweck, Historie	4
2.   Ausgezeichnete, geförderte Projekte der AWO	5
3.   Marken verkaufen – Helfer*in werden!	8
3.1. Wie und wo können Wohlfahrtsmarken erworben werden?	8
3.2. Steuerliche Absetzbarkeit	8
3.3. Hinweise zur Erlösverwendung	10
3.4. Tipps zum Verkauf	10
4.   Motive und Preise	12
4.1. Wohlfahrtsbriefmarken (2020)	12
4.2. Weihnachtsmarke (2019)	13
4.3. Plakatmotiv Wohlfahrtsmarken AWO (2020)	13
4.4. Abrechnungsbogen freiwillige Helfer*innen (2019)	14
4.5. Verwendungsübersicht der Zuschlagserlöse (2019)	15
Impressum	

## Seit 1949 gibt es Wohlfahrtsmarken!

Wer hätte bei der ersten Ausgabe dieser Sonderpostwertzeichen im Jahre 1949 damit gerechnet, dass dies der Beginn einer großartigen Erfolgsgeschichte sein könnte? Mehr als vier Milliarden Marken wurden seitdem auf Briefe und Postkarten geklebt, in Alben sortiert, unter Sammlern getauscht, auf Auktionen versteigert. Das Alleinstellungsmerkmal der Wohlfahrtsmarken ist, dass durch ihren Kauf und Verkauf Menschen in besonderen Situationen geholfen wird: Das „Plus“ des „Porto mit Herz“ fließt unmittelbar in die soziale Arbeit von Arbeiterwohlfahrt, Caritas, Diakonie, DRK, Parität und der Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland.

Es ist das gemeinsame Anliegen aller Verbände, die soziale Not durch ihre handfeste, tägliche Arbeit zu lindern. Zu dieser gemeinsamen Vision passt die gemeinsame Wohlfahrtsmarke.

So vielfältig wie die Themenbereiche, aus denen die Motive der Sonderpostwertzeichen „Für die Wohlfahrtspflege“ stammen, so vielfältig sind die Einsatzfelder, in denen mit den Erlösen aus dem Verkauf der Marken Menschen in besonderen Lebenslagen Hilfe und Unterstützung finden. So gehören u. a. die Gesundheitshilfe, die Kinder-, Jugend-, Familien- und Altenhilfe sowie die Hilfen für Menschen mit Behinderungen genauso wie die große neue Aufgabe der gesellschaftlichen Integration zu den Haupteinsatzgebieten der Wohlfahrtsverbände – vor allem immer dann, wenn staatliche Hilfen nicht oder nicht ausreichend vorhanden sind. Haupt- und Ehrenamtliche arbeiten dabei Hand in Hand.





*Wolfgang Stadler (Vorsitzender des AWO Vorstandes), Bundesfinanzminister Olaf Scholz, Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier, Wilhelm Schmidt (Vorsitzender des AWO Präsidiums)*

## 1. | Wozu Wohlfahrtsmarken? – Nutzen, Zweck, Historie

Der Erlös aus dem Verkauf der Sonderpostwertzeichen fließt in die wichtige soziale Arbeit der AWO und der fünf anderen Verbände der freien Wohlfahrtspflege. Schirmherr des Sozialwerks Wohlfahrtsmarken ist traditionell der amtierende Bundespräsident.

Jedes Jahr werden Menschen, die sich in besonderer Weise für die Wohlfahrtsmarken einsetzen, beim jährlichen Fest im Schloss Bellevue durch den Bundespräsidenten geehrt.

Seit 70 Jahren werden durch die Wohlfahrtsverbände der BAGFW Wohlfahrtsmarken (WOM) verkauft. Das grundsätzlich positive Image der Wohlfahrtsmarken, die Unterstützung durch den Bundespräsidenten als Schirmherrn, das Bundesfinanzministerium (BMF), den Bund Deutscher Philatelisten und das Potential der verbandseigenen Strukturen der Wohlfahrtsverbände als Vertriebsstellen soll unterstützend beim Absatz der Marken helfen.

Der Eigenvertrieb der Wohlfahrtsverbände der BAGFW ist nach wie vor das Alleinstellungsmerkmal unter allen Zuschlagsempfänger\*innen und stärkt die Position der Wohlfahrtsmarke beim BMF.

Alle AWO-Gliederungen und Einrichtungen können das ganze Jahr über Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken zum Portowert (zuschlagsfrei) beim AWO Bundesverband erwerben. Beim Weiterverkauf der Marken mit Zuschlag an Dritte können Mittel generiert werden. Der Erlös aus dem Verkauf der Marken kann von den Gliederungen und Einrichtungen für ihre wichtige soziale Arbeit vor Ort eingesetzt werden. Dabei kann jede\*r WOM-Verkäufer\*in selbst entscheiden, für welche Aufgabe bzw. welches Projekt innerhalb der AWO die Zuschlagserlöse eingesetzt werden sollen. Vielen AWO-Einrichtungen und Gliederungen ist bislang nicht bekannt, dass die Zuschlagserlöse „vor Ort“ verbleiben.

## 2. | Ausgezeichnete, geförderte Projekte der AWO

### 2014 – Helfen im Zeichen des Herzens

Alle sind willkommen, alle fühlen sich hier wohl: Die „Burtscheider Stube“ in der Bayernallee, geführt vom AWO-Ortsverein Aachen-Burtscheid, hat sich seit ihrer Gründung im Jahre 1975 als regionaler Treffpunkt – mehr noch: als internationale Begegnungsstätte – etabliert. Ehrenamtliche und Mitarbeiter\*innen des Ortsvereins setzen sich für mehr Mitmenschlichkeit und Solidarität ein, bieten ihre Hilfe im Zeichen des Herzens an, geprägt vom Anspruch „Miteinander – füreinander“. Das gilt zum Beispiel für die Hobbybastler\*innen, die im Keller kostenlos Spielzeug für Kindergärten reparieren. Und die sich aktuell das Ziel gesetzt haben, für sechs Kindergärten in sozialen Brennpunkten des AWO Kreisverbandes Burgen, Puppenwiegen, Vogelhäuser und mehr aus Holz zu fertigen. Um das Material zu beschaffen, werden in der „Burtscheider Stube“ Wohlfahrtsmarken verkauft. Mit jedem Cent kommen die Bastler\*innen ihrem Ziel näher.



[www.awo-aachen.com](http://www.awo-aachen.com)

---

### 2013 – Ein Ort um wieder aufzuleben

Landschaftlich ein kleines Paradies: die Katharinenhöhe, eine Reha-Klinik für krebskranke Kinder und Jugendliche, zwischen Triberg und Furtwangen inmitten von Tannen und Fichten gelegen. Hier versuchen Ärzte, Schwestern und Therapeuten, ihren Patienten Selbstvertrauen zu geben, seelisch und körperlich. Und Perspektiven aufzuzeigen für ihr neues Leben. Die Krebsklinik – Träger ist der AWO Bezirksverband Baden – bietet bereits seit 1985 eine familienorientierte Rehabilitation. Das Konzept ist auf die Gesamtfamilie ausgerichtet, es sieht die Familie selbst als Patienten. Geschaffen wird ein Rahmen, in dem die Familie psychisch und physisch gestärkt zur Normalität findet, man gibt ihr Zeit, Kraft zu schöpfen und wieder Fuß zu fassen



Das ganzheitlich orientierte Projekt wird vom Förderverein Katharinenhöhe finanziert, in dem sich die AWO, Unternehmen und Privatpersonen engagieren. Mit dabei die Bad Dürrheimer AWO, die durch den Erlös aus dem Verkauf von Wohlfahrtsmarken Spiel- und Therapiegeräte mitfinanziert.

[www.katharinenhoehe.de](http://www.katharinenhoehe.de)

---

### 2012 – Den Alltag vergessen

Was 1999 spontan begann, hat sich heute etabliert: die Freizeit mit behinderten und nicht behinderten Kindern im AWO Familienferiendorf Schillig. Die Initiative ging vom Ortsverein Hassbergen e.V. aus.

Petra Kirk fuhr anfangs samt Tochter als Kinderbetreuerin mit, nicht wissend, welche Entwicklung ihr ganz persönliches Engagement bei der Familienfreizeit auslöste.

Zunächst ohne festes Programm, in den Jahren darauf aber inhaltlich durchgeplant:

Pirat\*innen, Indianer\*innen, Zauberer\*innen, Stadtmusikant\*innen und Halloween waren – beispielhaft – Erlebnis-Schwerpunkte für die Ferien.

Mitfinanziert wurden und werden diese abwechslungsreichen Tage am Meer für sozial schwache Familien auch durch den Verkauf von Wohlfahrtsmarken. Der Kreisverband ist da höchst motiviert – und das bereits seit über 20 Jahren.

[www.awo-os.org](http://www.awo-os.org)



---

### 2011 – Im Spiel lernen

Kinder brauchen Bewegung, möchten spielen und zeigen gern und stolz ihr Können. Diesen Leitlinien einer gesunden Entwicklung junger Menschen wird der 1992 von der AWO-Vorpommern in Stralsund gegründete Kinder- und Jugendcircus Ostsee "O"lini hundertprozentig gerecht. Freizeitartist\*innen ab dem Kindergartenalter trainieren zusammen, musizieren gemeinsam, kreieren Kostüme und bringen fantasievolle Ideen zur Vorbereitung neuer Stücke ein.

Die Kinder und Jugendlichen sind mit Feuereifer dabei und haben vor allem eins: einen Riesenspaß. So ganz nebenbei fördern Training und Sport im Team das Sozialverhalten. Und so werden sich die kleinen Künstler\*innen ihrer Aufgabe und damit der Verantwortung zum Gelingen des gemeinsamen Auftritts bewusst.

Manche tun dies sogar weit über das mit 16 Jahren limitierte Mitgliedsalter hinaus. Einige frühere Akrobat\*innen unterstützen und fördern jetzt die Kleinen, so wie sie früher selbst Mini-Artist\*innen waren.

Eine weitere willkommene Förderung geschieht seit Jahr und Tag durch den Verkauf der Wohlfahrtsmarken, deren Erlös in tausend benötigten Materialien angelegt wird. Kostüme, Schminke, Jonglage-Utensilien etc. werden ständig gebraucht, damit es auch im 20. Jahr des Kindercircus wieder heißt: hereinspaziert, hereinspaziert...



---

### 2010 – Jedes Alter hat viel zu bieten

Ein Projekt, das durch den Erlös aus dem Wohlfahrtsmarkenverkauf unterstützt wird, ist das Mehrgenerationenhaus Rosenheim. Als offener Tagestreffpunkt für Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Senioren bietet es eine Kinderkrippe, eine Spielgruppe, eine Seniorenbegegnungsstätte, eine Migrationserstberatung, Schulungs- und Tagungsräume, soziale Beratung – einfach Raum – miteinander zu reden, zu spielen, zu lernen, Ideen zu entwickeln und sich gegenseitig zu helfen.

Denn jedes Alter hat viel zu bieten. Deshalb gibt es hier viele Möglichkeiten, sich freiwillig zu engagieren und eigene Ideen einzubringen. Beim Generationen-Café beispielsweise oder beim sozialen Mittagstisch werden überschuldete Menschen und Familien begleitet oder Schülerinnen und Schüler mit Migrationshintergrund unterstützt. Hier ist Hilfe immer gefragt.



## 2009 – Noch lange kein altes Eisen

Dass auch Senior\*innen jenseits der 70 Tatendrang verspüren und Angebote zur Freizeitgestaltung gerne annehmen, das wissen Elfriede und Günter Siedefeld vom AWO Ortsverein Oberkirch. Beide engagieren sich für die Zielgruppe „80 plus“, mit dem Ziel, gemeinsame Erlebnisse, Zusammengehörigkeitsgefühl und nicht zuletzt Spaß zu vermitteln. Zu den Offerten gehören saisonale Festlichkeiten, z. B. der „Heilige Abend mit der AWO“ – ein Bürgertreff mit traditionellem badischen Essen und Weihnachtsliedern.

Auch werden Reisen und Ausflüge organisiert: Eine Kahnfahrt zum Naturschutzgebiet Taubergießen, ein Besuch im Rosengarten in Baden-Baden oder gar ein Erlebnisurlaub im Salzburger Land – reizvolle Abwechslungen für die Senior\*innen – werden über den Verkauf von Wohlfahrtsmarken unterstützt.



---

## 2008 – Hilfe von ganzem Herzen

Christine Behrens leitet seit zehn Jahren die Internationale Mal-Schule der AWO – ein soziales Projekt, das unter anderem durch die Zuschlagserlöse aus dem Verkauf der Wohlfahrtsmarken finanziert wird.

Jeden Freitag treffen sich dort bis zu 20 Kinder aus 10 Nationen, um gemeinsam und mit viel Spaß zu malen, Ausstellungen zu erarbeiten und sich über andere Kulturen auszutauschen.

Mit viel Liebe zu ihrer Arbeit unterstützt Christine Behrens die Kinder und deren Eltern in unterschiedlichen Lebenslagen und erntet dafür Vertrauen und Freundschaft – die beste Grundlage, um an Kunst heranzuführen und gleichzeitig Toleranz und Nächstenliebe zu vermitteln. Projekte wie die Internationale Mal-Schule sind ein guter Grund, Wohlfahrtsmarken zu kaufen!





## 3. | Marken verkaufen – Helfer\*in werden!

### 3.1. Wie und wo können Wohlfahrtsmarken erworben werden?

Die Marken können beim AWO Bundesverband (werbung@awo.org) als jährliche Sammelbestellung oder als Einzelbestellung erworben werden. Es wird jährlich der Bedarf in allen Gliederungen abgefragt.

Die Bestellungen werden dann an die Gliederungen versendet. Die Mitgliedsorganisationen der AWO bezahlen ihre Wohlfahrtsbriefmarken beim Bundesverband.

Die Abgabe der Marken an die Gliederungen bzw. die freiwilligen Helfer\*innen erfolgt ohne Zuschläge. Beim Weiterkauf der Marken durch die jeweiligen freiwilligen Helfer\*innen wird der entsprechende Zuschlag erhoben und fließt in regionale Projekte ein. Nach dem Verkauf sind dem AWO Bundesverband e. V. die ausgefüllten Formulare „Abrechnungsbogen für freiwillige Helfer\*innen“ (Formular 1) und „Verwendungsübersicht der Erlöse“ (Formular 2) zu übersenden.

Alle Formulare, Bestellübersichten, Plakate, Anzeigen etc. können über den AWO Bundesverband bestellt werden. Diese sind auch zu jeder Zeit unter [wohlfahrtsmarken.awo.org](http://wohlfahrtsmarken.awo.org) abzurufen.

Beim Verkauf gelten die nachfolgenden Vertriebsbedingungen der BAGFW (S. 10).

### 3.2. Steuerliche Absetzbarkeit

Alle Briefmarken mit dem Aufdruck "Deutschland" – also auch die Wohlfahrtsmarken – sind nach den Bestimmungen des Umsatzsteuergesetzes steuerbefreit. Das heißt, der Umsatzsteuersatz beträgt 0 %. Beim Verkauf bzw. auf der Rechnung wird daher auch keine Umsatzsteuer ausgewiesen und somit auch kein Betrag an das Finanzamt abgeführt.

Betriebe und freiberuflich Tätige können die vollen Aufwendungen für Wohlfahrtsmarken (Porto und Zuschlagswert) als Betriebsausgabe absetzen.

Dagegen hat der Bundesfinanzhof mit Urteil vom 13.06.1969 entschieden, dass für die Zuschlagsbeiträge verkaufter Wohlfahrtsmarken keine Zuwendungsbestätigungen ausgestellt werden dürfen.



## Vertriebsbedingungen und verbindliche Richtlinien für den Verkauf von Wohlfahrtsmarken

Der Vertrieb von Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken darf seit 15.10.1987 nur über legitimierte Vertriebsstellen und nur zum vollen Porto- und Zuschlagswert erfolgen.

Vertriebsstellen sind zum Vertrieb von Wohlfahrtsmarken an Letztverbraucher beauftragte Stellen eines Spitzenverbandes der Freien Wohlfahrtspflege (jeder Ebene) oder seiner Gliederungen und Einrichtungen.

Legitimiert werden die Vertriebsstellen durch Abgabe einer Verpflichtungserklärung an ihren Spitzenverband oder eine von diesem bestimmte Verteilerstelle und durch Empfang der vom Spitzenverband/von der Verteilerstelle bestätigten Durchschrift dieser Verpflichtungserklärung. Vertriebsstellen ohne diese Legitimation dürfen weder Wohlfahrtsmarken selbst verkaufen noch durch Freiwillige Helfer verkaufen lassen.

Der Spitzenverband bzw. die von ihm beauftragte Verteilerstelle hat alle von ihm aufgrund der Verpflichtungserklärung erteilten Legitimationen aufzubewahren.

Verteilerstellen sind selbst keine Vertriebsstellen, soweit sie Wohlfahrtsmarken nur an Vertriebsstellen weiterleiten, also nicht an Endverbraucher verkaufen. Verteilerstellen sind, soweit der Spitzenverband nicht selbst Verteilerstelle ist, beim Spitzenverband ebenfalls in einer Verteilerliste zu führen und von ihm zu verpflichten, die Weitergabe von Wohlfahrtsmarken an Vertriebsstellen nur gegen Verpflichtungserklärung vorzunehmen.

Freiwillige Helfer können Wohlfahrtsmarken nur im Namen und im Auftrag einer legitimierten Vertriebsstelle verkaufen und sind vor Aushändigung der Marken durch Unterschrift auf die gleichen Vertriebsbedingungen zu verpflichten wie die Vertriebsstellen selbst. Diese Verpflichtungserklärungen sind bei der Vertriebsstelle aufzubewahren.

Verbände, die anstelle der von der Bundesarbeitsgemeinschaft angebotenen Vordrucke verbands-eigene Formulare benutzen (z. B. EDV), dürfen keine inhaltlich abweichenden Texte verwenden und nicht auf die erforderliche Vollständigkeit der Unterschriften verzichten.



1. Rabatte, Ermäßigungen oder Zuschläge sind nicht gestattet.
2. Wohlfahrtsmarken dürfen nur zum aufgedruckten Wert verkauft werden.

### 3.3. Hinweise zur Erlösverwendung

Einrichtungen und freiwillige Helfer\*innen, die Wohlfahrtsmarken verkaufen, können den Erlös aus dem Verkauf von Wohlfahrtsbriefmarken für soziale Projekte der AWO verwenden. Helfen Sie mit und unterstützen Sie vor Ort die Soziale Arbeit der AWO, indem Sie Wohlfahrtsmarken verkaufen – zum Beispiel auf dem Stadtfest, beim Bücherbasar oder beim Tag der offenen Tür Ihrer Einrichtung. Sprechen Sie auch Ihren Freundes- oder Bekanntenkreis an, um gemeinsam ein konkretes Projekt zu unterstützen. Das kann die neue Hüpfburg für die Kita um die Ecke sein oder die Kosten für einen Ausflug der örtlichen Senioreneinrichtung. Aus den Erlösen werden alle Bereiche gefördert, in denen die Wohlfahrtsverbände aktiv sind. Schwerpunkte sind die Jugend-, Alten- und Behindertenhilfe, die Gesundheits- und Familienhilfe sowie soziale Maßnahmen für Arbeitssuchende, Geflüchtete und Suchtkranke.

### 3.4. Tipps zum Verkauf

**Mögliche Käufer\*innen von Wohlfahrtsmarken können unter anderem sein:**

- > AWO-Geschäftspartner\*innen
- > regionale Unternehmen, ärztliches Fachpersonal, Notar\*innen, Steuerberater\*innen
- > Abgeordnete
- > Schulen, AWO-Einrichtungen
- > Angehörige / Kunden und Kundinnen der AWO-Einrichtungen
- > „Familien-Post“ (Senior\*innen, Enkelkinder)
- > Tourist\*innen (Buchläden, Touristen-Shop)
- > Briefmarkensammler\*innen

**Persönliche Kontakte nutzen!**

Erzählen Sie Ihren Freund\*innen, Bekannten und Nachbar\*innen, dass Sie Wohlfahrtsmarken verkaufen. Auch heute müssen noch viele Rechnungen, wichtige Schriftstücke, Versicherungsunterlagen und selbst Werbung postalisch versendet werden. Sprechen Sie mit den Menschen, die trotz Internet noch viel Post verschicken, zum Beispiel Ärzte und Ärztinnen oder Jurist\*innen. Denken Sie auch an Geschäfte und Firmen in der Umgebung.

**Auskunftsfähig sein**

Wenn Sie für ein konkretes Projekt sammeln – erzählen Sie den Käufer\*innen der Wohlfahrtsmarken, warum Sie die Marken verkaufen und wer bzw. was mit der Spende gefördert wird. Beschreiben Sie, was durch den Erlös ermöglicht wird und dass kleine Beträge oft viel bewirken können.

**Kostenlose Anzeigen**

Der AWO Bundesverband bietet kostenlose Anzeigenmotive für Print- und Online-Medien an. Diese können für Verbandszeitschriften, Websites etc. genutzt werden.

## Weitere Aktionsideen/-beispiele:

### Wohlfahrtsmarken als Teil einer Crowdfunding-Kampagne

Eine Jugendgruppe möchte ihre Einrichtung renovieren. Das Streichen und die Reparaturarbeiten übernehmen sie selbst, aber es fehlen die Mittel für Farbe und Werkzeug. Sie starten eine Crowdfunding-Aktion über eine Internetplattform (z.B. [Startnext](#)). Für die dort üblichen Dankeschön-Geschenke stellen Sie ein kleines Briefset samt Wohlfahrtsmarken zusammen. Außerdem verkaufen Sie bei ihren Aktionen und Veranstaltungen Wohlfahrtsmarken.

### Adventsfeiern, Weihnachtsmärkte, Adventskalender

Insbesondere bei den Weihnachtswohlfahrtsmarken bietet es sich an, diese auf Adventsfeiern zu verkaufen, auf Weihnachtsmärkten neben Weihnachtsklappkarten anzubieten oder sie in Adventskalendern zu verstecken.

### Feste und Basare nutzen

Nutzen Sie jede Form von Festen, Aktionen, Basaren, Flohmärkten. Bieten Sie immer die Wohlfahrtsmarken an! Insbesondere Bücherbasare bieten sich laut den Berichten erfahrener Wohlfahrtsmarkenverkäufer\*innen für den Verkauf an.

### Wohlfahrtsmarken als Geschenk

Statt Blumen oder Pralinen können Sie Mitarbeiter\*innen zu Geburtstagen oder Jubiläen Briefsets und dazu passend Wohlfahrtsmarken schenken.

### Briefbastelaktion in Kinder- und Jugendeinrichtungen

Beim Tag der offenen Tür wird eine Brief-Aktion angeboten: Kinder und Erwachsene können am Stand Briefe an Verwandte/Freunde oder an ihre Lieblingsstars gestalten und vor Ort mit Wohlfahrtsmarken frankieren.

### Fotoaktion: Selfies schießen und per Post verschicken

Starten Sie eine Fotoaktion: Gäste Ihrer Veranstaltung lassen sich vor einer riesigen Briefmarke, vor einem überdimensionierten Briefumschlag oder vor dem Maskottchen Ihrer Einrichtung fotografieren – oder fotografieren sich selbst („Selfies“). Die Fotos werden vor Ort ausgedruckt und können ganz klassisch sofort per Brief an Freunde und Verwandte versendet werden.

### Schreib- und Kreativwettbewerbe

Führen Sie einen kleinen Schreib- oder Kreativwettbewerb durch: Die Teilnehmer\*innen schreiben oder gestalten Beiträge zu bestimmten Themen (z. B. dem Thema der aktuellen Wohlfahrtsmarken). Bedingung: Die Einreichungen müssen mit Wohlfahrtsmarken frankiert werden.

### Briefmarkenvereine

Briefmarkenvereine haben zwar selbst Schwierigkeiten, Nachwuchssammler\*innen zu finden. Noch gibt es aber beim [Bund Deutscher Philatelisten \(BDPh\) e.V.](#) viele Mitglieder in ca. 1.250 Vereinen und Arbeitsgemeinschaften samt eigenem Jugendverband, der [Deutschen Philatelisten-Jugend](#). Bleiben Sie in Kontakt mit ihnen und überlegen gemeinsame Aktionen!



## 4. | Motive und Preise

### 4.1. Wohlfahrtsbriefmarken (2020)


Die Wohlfahrtsbriefmarken werden umsatzsteuerfrei verkauft und kostenfrei geliefert.

Privatpersonen und Einrichtungen, die nicht der AWO zugeordnet sind, zahlen bitte den Zuschlag. Die Wohlfahrtsmarken erscheinen 2020 mit folgenden Werten:

- > 80 + 40 Cent Motiv: „Die Gefahr“ Der Wolf und die sieben jungen Geißlein (Standardbrief)
- > 95 + 45 Cent Motiv: „Das Unglück“ Der Wolf und die sieben jungen Geißlein (Kompaktbrief)
- > 155 + 55 Cent Motiv: „Die Erlösung“ Der Wolf und die sieben jungen Geißlein (Großbrief)

	000026BAG	Wohlfahrtsbriefmarken „Die Gefahr“ (10 x 80 + 40 Cent)	Bogen	8,00
	000027BAG	Wohlfahrtsbriefmarken „Das Unglück“ (10 x 95 + 45 Cent)	Bogen	9,50
	000028BAG	Wohlfahrtsbriefmarken „Die Erlösung“ (10 x 1,55 + 55 Cent)	Bogen	15,50
	008580BAG	10er-Set „Die Gefahr“ selbstklebend (10 x 80 + 40 Cent)	Set	8,00
	005951BAG	100er-Boxen „Die Gefahr“ selbstklebend (100 x 80 + 40 Cent)	Box	80,00

#### 4.2. Weihnachtsmarke (2019)

	000024BAG	Weihnachtsmarke „Kirchenfenster“ (10 x 80 + 40 Cent)	Bogen	8,00
---	-----------	--	-------	------

#### 4.3. Plakatmotiv AWO (2020)



**Eine starke Marke.**

Wohlfahrtsmarken unterstützen soziale Projekte.



Wohlfahrtsmarken 2020.

[www.awo.org](http://www.awo.org)

#### 4.4. Formular 1

### Abrechnungsbogen freiwillige Helfer\*innen (2019)

## Abrechnungsbogen für die freiwilligen Helfer\*innen

### Wohlfahrtsmarken 2019 „Das tapfere Schneiderlein“ und Weihnachtsmarken 2019

zugleich Teilnahmebogen für die „Dankeschön-Aktion“

Dieses Formular in jedem Fall ausfüllen und bis zum  
31. März 2020 an Ihre Vertriebsstelle zurücksenden!



Name und Anschrift der Vertriebsstelle:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Freiwillige(r) Helfer(in):

Name \_\_\_\_\_  
Vorname \_\_\_\_\_  
Straße \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Vom 7. Februar 2019 bis 6. Februar 2020 habe ich Wohlfahrtsmarken der Serie „Das tapfere Schneiderlein“  
und Weihnachtsmarken 2019 (einschließlich Markenheftchen und Ersttagsbriefe) verkauft.

Diese hatten einen Zuschlagswert von insgesamt:

€

Der Verkauf erfolgte zugunsten: <small>(bitte entsprechend ankreuzen)</small>	Projekt(e):
<input type="checkbox"/> Arbeiterwohlfahrt	
<input type="checkbox"/> Deutscher Caritasverband	
<input type="checkbox"/> Paritätischer Wohlfahrtsverband	
<input type="checkbox"/> Deutsches Rotes Kreuz	
<input type="checkbox"/> Diakonie Deutschland	
<input type="checkbox"/> Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland	

In der Abrechnung sind keine Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken enthalten, die im Rahmen meiner dienstlichen Aufgaben verkauft worden sind. Für meine freiwillige Helfertätigkeit erhalte ich keinerlei Vergütung (wie Provision, Anteil am Zuschlags-erlös, verbilligte Zuschlagsmarken, Verkaufsprämie). Alle Angaben habe ich nach bestem Wissen und Gewissen gemacht.

Haben Sie einen Zuschlagserlös von mindestens € 50,- erzielt, so können Sie an unserer Dankeschön-Aktion teilnehmen.  
Die Teilnehmer erhalten eine persönliche Urkunde mit Wohlfahrtsmarke und Sonderstempel.

Ja, ich nehme an der Dankeschön-Aktion teil.

Nein, ich nehme nicht teil.

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift Freiwillige(r) Helfer(in)

Wir bestätigen die Richtigkeit der obigen Abrechnung. Dieser Betrag ist in unserer  
„Verwendungsübersicht der Zuschlagserlöse“ aufgenommen.

\_\_\_\_\_  
Stempel/Unterschrift Vertriebsstelle



## 4.5. Formular 2

### Verwendungsübersicht der Zuschlagserlöse (2019)

#### Verwendungsübersicht der Zuschlagserlöse

#### Wohlfahrtsmarken 2019 „Das tapfere Schneiderlein“ und Weihnachtsmarken 2019

Deckblatt bitte umgehend an den Spitzenverband (Bundesebene) zurücksenden.  
Rückmeldeschluss: 31. März 2020 (Poststempel).



Name des Spitzenverbandes:

Anschrift der Vertriebsstelle:

_____	_____
_____	_____
_____	_____

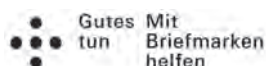
- Wir erklären, dass wir an hauptberufliche und andere Mitarbeiter\*innen unserer Organisationen sowie Außenstehende Wohlfahrtsmarken nur zum vollen Porto- und Zuschlagswert verkauft haben.
- Wir haben in der Zeit vom Erstausgabetag 7. Februar 2019 bis 6. Februar 2020 durch eigene Verkäufe unserer Stelle (einschließlich der von unseren Freiwilligen Helfer\*innen abgerechneten Verkäufe) die unten ausgewiesenen Zuschlagserlöse vereinnahmt. (An andere Dienst- oder Vertriebsstellen weitergegebene Wohlfahrtsmarken sind hierin nicht enthalten.) Mit einer Überprüfung sind wir einverstanden.
- Die Zuschlagserlöse sind für folgende Zwecke verwendet worden bzw. bestimmt: (Diese Angaben sind wichtig, um die soziale Bedeutung der Wohlfahrtsmarken in der Öffentlichkeit darstellen zu können.)

	€ Zuschlagserlöse
Kinder- und Jugendhilfe _____	_____
Altenhilfe _____	_____
Behindertenhilfe _____	_____
Gesundheitshilfe _____	_____
Familienhilfe _____	_____
Aus- und Fortbildungsmaßnahmen _____	_____
Hilfen für Arbeitssuchende _____	_____
Hilfen für Geflüchtete, Um-, Aussiedler _____	_____
Hilfen für Suchtkranke _____	_____
Hilfen für Gefährdete _____	_____
Internationale Hilfe _____	_____
Allgemeine soziale Aufgaben _____	_____
Weitergabe/Abgabe von Zuschlagserlösen für soziale Aufgaben an nach- und übergeordnete Verbände _____	_____
Sonstige Hilfen _____	_____

Gesamtsumme Zuschlagserlöse €

Ort, Datum

Stempel/Unterschrift



## **Herausgeber**

AWO Bundesverband e. V.  
Blücherstraße 62 / 63  
10961 Berlin  
Telefon: (+49) 30 - 263 09 - 0  
Fax: (+49) 30 - 263 09 - 325 99  
E-Mail: [info@awo.org](mailto:info@awo.org)  
Internet: [awo.org](http://awo.org)

## **Verantwortlich**

Wolfgang Stadler, Vorsitzender des Vorstandes

## **Redaktion - Texte - Öffentlichkeitsarbeit**

Berit Gründler

## **Bestellungen Wohlfahrtsmarken**

Franca Schröder  
T: +49 (0)30 26 309 153  
F: +49 (0)30 26 309 32 153  
[werbung@awo.org](mailto:werbung@awo.org)

## **Wohlfahrtsmarkenshop**

[wohlfahrtsmarken.awo.org](http://wohlfahrtsmarken.awo.org)

## **Bildnachweise**

Alle Fotos vom AWO Bundesverband, mit Ausnahme von:  
S. 5: BAGFW, Jule Roehr, S. 6: AWO Aachen, AWO Bezirksverband Württemberg, AWO Kreisverband Osnabrück, S. 7: AWO Kreisverband Rostock, Kreisverband Rosenheim, S. 8: AWO Ortsverein Oberkirch, AWO Kreisverband Mannheim,

© AWO Bundesverband e. V., Berlin  
Das Copyright für Texte und Bilder liegt, soweit nicht anders vermerkt, beim AWO Bundesverband e. V.  
Abdruck, auch in Auszügen, nur mit ausdrücklicher vorheriger Zustimmung des AWO Bundesverbandes e. V.  
Alle Rechte vorbehalten.

Erscheinungsdatum: Februar 2020

Alle aktuellen Informationen der AWO finden Sie jederzeit unter: [www.awo.org/wohlfahrtsmarken](http://www.awo.org/wohlfahrtsmarken)