



Rede

von

**Hartmut Koschyk MdB
Parlamentarischer Staatssekretär
beim Bundesminister der Finanzen**

anlässlich der Präsentation der

Sonderpostwertzeichen-Serie

„Für die Wohlfahrtspflege 2012 – Edelsteine“

am 11. Januar 2011

im Schloss Bellevue

Es freut mich, Ihnen, Herr Bundespräsident und der Öffentlichkeit heute die neuen Sonderpostwertzeichen „Für die Wohlfahrtspflege 2012“ präsentieren zu können. Herzlichen Dank Herr Bundespräsident, für Ihre Bereitschaft, die Wohlfahrtsbriefmarken traditionell im Schloss Bellevue vorstellen zu dürfen. Dieser Anlass gehört zu den ausgesprochen angenehmen Terminen eines Parlamentarischen Staatssekretärs beim Bundesminister der Finanzen. Heute ist nicht über die Schuldenkrise in der Eurozone oder über die Risiken, die von den internationalen Finanzmärkten auf die Realwirtschaft ausgehen, zu referieren. Heute dürfen wir uns an schönen, werthaltigen Dingen erfreuen - nämlich den künstlerisch äußerst ansprechenden Motiven, die wir für die diesjährigen Wohlfahrtsmarken ausgewählt haben: die Edelsteine Saphir, Smaragd und Rubin.

Bevor Sie voreilige Schlüsse ziehen: Als Vorlage für die Motive konnten wir nicht etwa auf verborgene Preziosen des deutschen Staatsschatzes zurückgreifen. Dort liegen leider keine Edelsteine, sondern vor allem Schuldverschreibungen. Wir wollen uns vielmehr an der Schönheit dieser besonderen Steine erfreuen, die die Menschen seit jeher begeistern.

Nun handelt es sich nicht nur bei den Motiven unserer Marken um funkelnde Edelsteine, sondern, das ist etwas Besonderes – auch die Briefmarken selbst glänzen. Wenn Sie die Marken einmal betrachten, werden Sie feststellen, dass auf jeder Marke

der abgebildete Stein in einer anderen Farbschattierung glänzt, wobei mehrere Farbtönungen ineinander verbunden sind. Wenn man den Winkel durch Kippen der Marke verändert, entfaltet sich die Wirkung besonders schön.

Liebe Frau Warbanow, Ihnen haben wir nicht nur die ausgezeichneten Entwürfe zu diesen Marken zu verdanken, Sie waren es auch, die zusammen mit den Druckereifachleuten die Idee hatte, die Marken mit einem Glanzeffekt zu versehen. Das war gar nicht einfach, sondern eine der drucktechnisch aufwändigsten und schwierigsten Briefmarkenherstellungsprozesse seit langer Zeit.

Frau Warbanow, Sie haben als verantwortliche Grafikerin mit großem Engagement sehr viel Zeit in das Projekt investiert. Ich darf Ihnen - und allen anderen Beteiligten - meinen Dank für Ihr geleistetes Engagement für die deutschen Briefmarken aussprechen.

Ich bin mir sicher, dass viele Menschen Freude daran haben werden, diese prächtigen funkelnden Edelsteine per Brief oder Postkarte an Freunde und Verwandte zu senden. Die Briefmarken können seit vergangener Woche bei der Deutschen Post erworben werden.

Aber die diesjährigen Wohlfahrtsbriefmarken sind nicht allein deshalb etwas Besonderes, weil sie so schön glänzen. Die Marken sind deshalb besonders wertvoll, weil mit den Marken viel Gutes getan werden kann. Denn die Projekte, die durch die kleinen zusätzlichen Beiträge von 25, 40 und 55 Cent finanziert werden, machen Deutschland „lebenswert“. Jede verkaufte Marke kommt einem wohltätigen Zweck zugute. Mit dem Zusatzerlös aus dem Verkauf der Wohlfahrtsmarken werden soziale Projekte der Arbeiterwohlfahrt, der Caritas, der Diakonie, des Deutschen Roten Kreuzes, des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes und der Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland finanziert.

Mir ist es sehr wichtig, dass unsere diesjährigen Wohlfahrtsmarken wieder großen Anklang finden. Denn aus dem Erlös kann manchem Obdachlosen ein Dach über dem Kopf ermöglicht werden. Seelisch behinderten Menschen kann dabei geholfen werden, ein möglichst eigenständiges Leben zu führen. Kindern, deren Eltern dafür nicht genügend Geld haben, kann ein Ferienaufenthalt finanziert werden.

Wer Wohlfahrtsmarken kauft, zeigt Solidarität und Mitgefühl mit Menschen, denen es nicht so gut geht. In einer Gesellschaft, die durch immer stärkere Individualisierung gekennzeichnet ist, kann auch ein solch kleiner Solidarakt Positives bewirken und zum langfristigen Zusammenhalt in unserer Gesellschaft beitra-

gen. Denn unsere freiheitliche Ordnung – davon bin ich fest überzeugt – braucht diesen Zusammenhalt mehr denn je.

Ich kann mir gut vorstellen, dass noch viel mehr Menschen in Deutschland Wohlfahrtsmarken kaufen würden, wenn sie nur wüssten, dass es sie gibt. Vielleicht kann die Deutsche Post noch mehr für einen größeren Bekanntheitsgrad tun – etwa durch gezielte Werbung an den Verkaufsstellen. Die Kunden sollten wissen, dass es Wohlfahrtsmarken gibt, warum es sie gibt und wie viel Gutes sie mit deren Kauf bewirken können, wenn sie ein paar Cents mehr für ihr Briefporto ausgeben. An dieser Stelle ist das nun schon mehrfach gesagt worden.

Ich würde mich freuen, wenn eine solche Bitte 2013 überflüssig wäre.

Für mich würde sich jedenfalls ein Neujahrswunsch erfüllen, wenn dieses Jahr noch mehr Bürgerinnen und Bürger als bisher beim Frankieren ihrer Post die „Marken mit dem Plus“ verwenden – und sich dabei an der Schönheit der Edelsteine erfreuen.