

Jeder kennt sie und jeder hat sie schon einmal benutzt: die Briefmarke. Wir kleben sie auf Briefe und Päckchen und belegen damit, dass wir für den Versand bezahlt haben. Briefmarken sind aber weit mehr als reine „Postwertzeichen“. Sie sind Spiegel unserer Alltagskultur und erzählen von wichtigen Ereignissen, großen Persönlichkeiten und besonderen Begebenheiten.

Die Entstehung der Briefmarke

Die erste Briefmarke der Welt kam in England im Jahre 1840 heraus. Bis zu diesem Zeitpunkt musste das Porto vom Empfänger bezahlt werden. Lehnte dieser die Annahme des Briefes ab, ging die Sendung zurück zum Absender. Aufgrund der damaligen hohen Portogebühren kam dies sehr häufig vor, was für die Post ein Verlustgeschäft bedeutete. Mit Einführung der Briefmarke mussten die Beförderungsgebühren im Voraus vom Absender bezahlt werden. Dieses „Prepaid-System“ (Vorauszahlung und anschließende Nutzung) hatte zur Folge, dass das Briefporto günstiger wurde und der Briefwechsel nicht mehr nur wohlhabenden Personen vorbehalten war. 1849 gab in Deutschland Bayern die erste Marke heraus.

Staatliche und private Leistungen

Bevor die Deutsche Bundespost am 1. Januar 1995 privatisiert wurde, befanden sich alle Postverwaltungen in staatlicher Hand. Die Deutsche Bundespost war also eine Behörde und das Porto für die Briefbeförderung eine öffentlich-rechtliche Gebühr. Man bezahlte für die Briefmarke demnach eine Verwaltungsgebühr und die Briefmarke selbst war der Beleg dafür. Aus dieser Zeit der staatlichen Verankerung resultiert die Besonderheit, dass die Portogebühren von der Umsatzsteuer befreit sind. Seitdem sich die Deutsche Bundespost als Staatsinstitution aufgelöst und als „Deutsche Post Aktiengesellschaft“ neu aufgestellt hat, erbringt sie als privatwirtschaftliches Unternehmen Dienstleistungen gegen „Leistungsentgelt“. Das heißt, mit dem Kauf einer Briefmarke entrichtet der Postkunde keine Gebühren mehr an eine Behörde, sondern bezahlt ein Entgelt an das Unternehmen für seine Dienstleistung.

Zuständigkeiten

Mit der Privatisierung der Deutschen Post AG ging das Recht, Briefmarken herauszugeben, an das Bundesministerium der Finanzen (BMF) über. Verantwortlich für die Motivauswahl und Herstellung ist in letzter Instanz der Bundesfinanzminister. Dabei stehen ihm Expertengremien (Programmbeirat und Kunstbeirat) beratend zur Seite. Themenvorschläge aus der Bevölkerung werden bei der Auswahl berücksichtigt.

Im Zeichen der Solidarität



Jedes Jahr gibt das BMF Sonderbriefmarken heraus, auf die ein Zuschlag erhoben wird. Die Beträge von 20 bis 55 Cent kommen verschiedenen Hilfsprojekten zugute. Im April 2008 erschien beispielsweise eine Marke mit Eisbär Knut als Vertreter einer vom Aussterben bedrohten Tierart.

Bundesfinanzminister Peer Steinbrück:

„Ich erhoffe mir von der Knut-Briefmarke, die wir als Sonderbriefmarke „Für den Umweltschutz“ getarnt haben, dass sie das in besonders starkem Maße sein wird, was Briefmarken immer sind: kleine Kunstwerke mit großer Botschaft.“

(Rede vom 09.04.2008, www.bundesfinanzministerium.de)

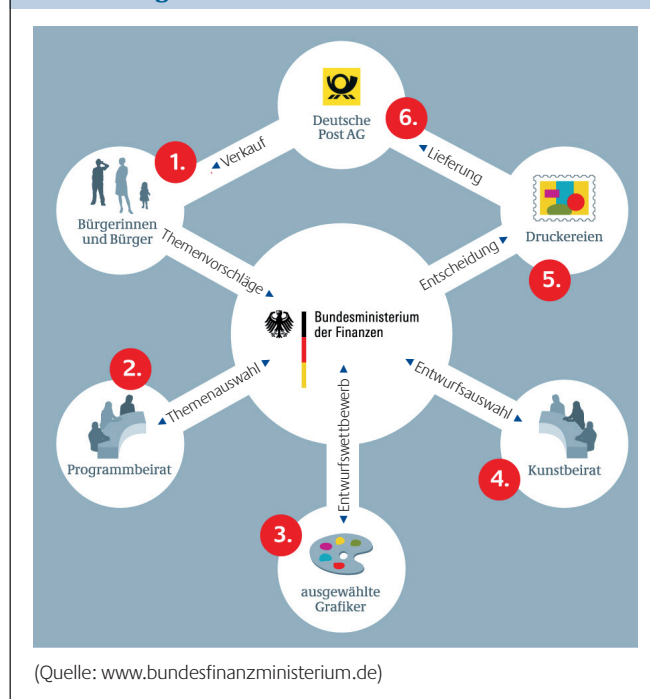
[Aufgaben]

1. Recherchiere im Internet die Definitionen von „Gebühr“ und „Entgelt“.
2. Erkläre in eigenen Worten die Entstehung einer Briefmarke anhand des Schaubilds.
3. Mit der Sonderbriefmarke „Natur weltweit bewahren“ aus der Reihe „Für die Umwelt“ sollen Projekte zum Schutz der biologischen Vielfalt gefördert werden. Welche Gründe könnten dazu geführt haben, dass Eisbär Knut für das Motiv gewählt wurde?
4. Bundesfinanzminister Steinbrück spricht von Botschaften, die durch Briefmarken vermittelt werden. Welche könnten das sein? Schau dazu Motive weiterer Briefmarken an.
5. Das Bundesfinanzministerium sucht Themenvorschläge für neue Briefmarken. Bildet Gruppen und überlegt, welche Themen und Motive nach dem Kriterienkatalog (siehe Seite 2) in Frage kämen. Präsentiert eure Ideen der Klasse und argumentiert für euren Vorschlag.

[Internet]

- Infos zu Briefmarken und aktuellen Sondermarken: www.bundesfinanzministerium.de (Bereich: „Bürgerinnen und Bürger“ ► „Briefmarken“)
- Kleine Kulturgeschichte der Post mit flash-animierten Zeitstrahl auf den Seiten der Deutschen Post: www.dpwn.de (Bereich „Über uns“ ► „Geschichte“)
- Übersichten zu bereits erschienenen Briefmarken: www.philatelie.deutschepost.de (Bereich: „Shop“ ► „Produkt Übersichten“)

Entstehung einer Briefmarke





Ideen gesucht!

Jährlich gehen etwa 1000 Anregungen aus der Bevölkerung beim Finanzministerium ein. Rund 50 haben die Chance, verwirklicht zu werden.

Die Auswahl folgt einem klar definierten Kriterienkatalog. Bei der Motivauswahl geht es vor allem darum, dass ein klarer Bezug zu Deutschland zu erkennen ist und auf einen der folgenden Bereiche eingegangen wird:

- ▶ „Staat und Gesellschaft“,
- ▶ „Kunst und Kultur“,
- ▶ „Wissenschaft und Technik“,
- ▶ „Natur und Umwelt“ oder
- ▶ „Internationales“

Überlege:

- ▶ Welche Persönlichkeit hat dich beeindruckt?
- ▶ Welches Ereignis hat dich bewegt?
- ▶ Welche Idee hat dich begeistert?
- ▶ Welche Organisation, Bewegung oder Einrichtung hat dich fasziniert?

Drei Dinge sollten beachtet werden:

- ▶ Schlage keine lebenden Personen vor – diese dürfen in aller Regel nicht auf deutschen Briefmarken abgebildet werden.
- ▶ Wähle ein Thema, das einen Bezug zu Deutschland hat und von überregionaler Bedeutung ist. Jubiläen sollten „rund“ sein.
- ▶ Verzichte auf parteipolitische oder kommerzielle Themen.

Alle Ideen können beim Bundesfinanzministerium eingereicht werden.

Für Vorschläge für das Jahr 2010 ist der Teilnahmeschluss am **15. September 2008**.

Weitere Hinweise zur Teilnahme und ein Anmeldeformular gibt es beim Bundesfinanzministerium unter:

www.bundesfinanzministerium.de
(Bereich: „Bürgerinnen und Bürger“ ▶ „Briefmarken“ ▶ „Ideenwettbewerb“)

Zeichen setzen

Was soll auf meiner Briefmarke zu sehen sein?

Warum?
