



## Marketing Kampagne: Absatzförderung Zuschlagsmarke Tag der Briefmarke



### 1. Ausgangslage:

Die Briefmarkenausgabe "Tag der Briefmarke" (TdB) erfolgt alle zwei Jahre mit Zuschlag, der voll der Stiftung für Philatelie und Postgeschichte zu Gute kommt und zur Erhöhung des Stiftungskapitals verwendet wird. Aus den Zinserträgen wird u.a. der BDPH mit den angeschlossenen Verbänden und Vereinen großzügig unterstützt.

Die Verkaufszahlen sind in den letzten Jahren kontinuierlich und dramatisch zurückgegangen. Die Zuschlagserlöse haben sich von 2001 mit EUR 1.000.000 bis 2011 auf EUR 284.000 nachhaltig reduziert. Die Auflagenhöhe 2011 hat sich auf nur noch ca. 1 Mio. Stück verringert.

Der Sachverhalt **ist bekannt**, wird jedoch in seinem Ausmaß und seiner **materiellen Bedeutung** für die organisierte Philatelie letztendlich bei den **meisten** philatelistischen Mandatsträgern und Sammlern gar **nicht wahrgenommen**.

### 2. Ziele:

- **Schärfung der Wahrnehmung** über die **Bedeutung** dieses Themas bei den Vorstandsmitgliedern der Verbände, Vereine und letztendlich **bei den organisierten Sammlern**
- gezielte Aktionen, um mit einer entstehenden **Identifikation** den Absatz im Bereich der organisierten Sammler zu erhöhen und parallel **über Öffentlichkeitsarbeit** den **Verkauf der Marke an breite Bevölkerungskreise** zu erhöhen

### 3. Umsetzung:

Die Ausgabe TdB 2013 Saxonia (erste Dampflokom) am 5. September 2013 bietet ein beliebtes Sammelmotiv und ist geeignet, eine zentral gesteuerte konzertierte Aktion im Verbandsgebiet durchzuführen. Hierbei können die Vereinsstrukturen entsprechend der jeweiligen Leistungsfähigkeit der einzelnen Vereine vor Ort genutzt werden.

#### 3.1. Umsetzung durch **ALLE** Vereine möglich:

(große wie kleine Vereine, mit jungen oder älteren Mitgliedern, mit oder ohne PC)

Einheitlicher nur noch mit Vereinsdaten zu ergänzender Presstext mit Markenbild für die Lokalredaktionen der Tageszeitungen an den Orten der jeweiligen Vereine wird zur Verfügung gestellt. Die Abgabe kann zum Ausgabetermin oder in der ersten Septemberhälfte jederzeit erfolgen und ist noch zeitnah. Da die Lokalredaktionen an den Wochenenden dünn besetzt sind und für die Montagsausgabe an bereits vorbereiteten Artikeln und Bildern interessiert sind, bietet sich die Datenanlieferung auch besonders für Samstag an.

Unter allen Vereinen, die einen veröffentlichten Presseartikel einreichen, verlosen wir je zwei Bücher:

1. Die Post kam mit der Straßenbahn, Poststraßenbahn, Briefbeuteltransport und Zeitungspaketmarken in Stuttgart von Ulrich Strauß
2. Aufwärts nach Tett nang, Die Lokalbahn Meckenbeuren – Tett nang von Torsten Berndt
3. Zeppelin-Landung in der befreiten Pfalz 20. Juli 1920 von Reinhard Lingenfelder

Bitten senden Sie die erschienenen Artikel per email an [uwe.decker@briefmarken-suedwest.de](mailto:uwe.decker@briefmarken-suedwest.de) oder per Post, Uwe Decker, Im Brühl 4, 72406 Bisingen

### 3.2. Umsetzung von Vereinen möglich, die Veranstaltungen ausrichten:

Angebot an Vereine mit bereits geplanten Veranstaltungen z.B. im Zeitraum 08.09.13 - 30.03.14 die Kosten eines Sonderstempels mit einem Teilbetrag von EUR 200,- durch den LV zu übernehmen, wenn insbesondere die Markenausgabe "Tag der Briefmarke" in der Vor- und Nachberichterstattung der Veranstaltung beworben wird. Das Motiv des Sonderstempels kann frei gestaltet werden. Angebot einer Ganzsache mit Wertstempel TdB zum Selbstkostenpreis durch den Landesverband mit der Möglichkeit, einen individuellen Veranstaltungszudruck anzubringen (Zentraleinkauf, da Mindestauflage 500 Stück)

### 3.3. Umsetzung von Vereinen möglich, die noch gerne Veranstaltungen aktiv angehen:

Erstellung von philatelistisch beeinflussten Sammelbelegen:

Vom Landesverband erstellte Ganzsachen TdB werden mit Museumseisenbahnen transportiert. Anbringung eines Privatstempels z.B. "Mit Sonderfahrt abgeleitet" und anschließender kompletter Versand an die Sonderstempelstelle, um mit Ersttagssonderstempel echt gelaufen an die Verbandsgeschäftsstelle befördert zu werden. Die Belege werden durch den Landesverband in Heidenheim und Sindelfingen zum Verkauf angeboten. Die Vereine können den Versand und Stempelauswahl auf Wunsch natürlich selbst bestimmen und die Belege auch selbst vermarkten.

Für die organisierenden Vereine stehen zwei Möglichkeiten im Vordergrund:

- Nur Organisation der Fahrt und Belegerstellung
- Kleine Veranstaltung am Aktionstag und ggf. Zusammenarbeit mit den ausrichtenden Museumsbahnen - Trägervereinen vor Ort, lokale Pressearbeit und Verkauf von Blankobelegen bei den Abfahrtsbahnhöfen der jeweiligen Museumsbahnen an die Fahrgäste.

Falls Sie daran Interesse haben, setzen Sie sich mit Ihrem Regionalverteter in Verbindung.



Mögliche Bahnen/Strecken:

Datum:	Name:	Stecke:	Trägerverein:	Region
08.09.2013	Albbähnle	Amstetten - Oppingen	Ulmer Eisenbahnfreunde	DB
25.09.2013	Albtalbahn	Ettlingen - Bad Herrenalb	Ulmer Eisenbahnfreunde	DB
08.09.2013	Härtsfeldbahn	Neresheim - Sägmühle	Härtsfeld-Museumsbahn	NW
Sonntags	Kandertalbahn	Haltingen - Neckarbischofsheim	Eurovapor	NW/NB
Sonntags	Krebsbachtalbahn	Helmhof - Hüffenhardt	Förderverein Krebsbachtalbahn	NW/NB
15.09.2013	Lokalbahn	Amstetten - Gerstetten	Ulmer Eisenbahnfreunde	DB
Sonntags	Öchsle	Warthausen - Ochsenhauen	Öchsle Bahn Betriebsgesellschaft	DB
Sonntags	Schwäbische Albbahn	Kleinengstingen - Schelklingen	Schwäbische Albbahn	SW
15.09.2013	Tälesbahn	Nürtingen - Neuffen	Gesellschaft zur Erhaltung von Schienenfahrzeugen	SW
21.09.2013	Trossingen	Trossingen Bhf.	Freundeskreis der Trossinger Eisenbahn	SW
29.09.2013	Wieslauftalbahn	Schorndorf - Welzheim	Förderverein Welzheimer Bahn	NW
September	Sauschwänzle Bahn	Blumberg - Weizen	Wutachtalbahn e.V.	SB

Quelle: [http://de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_von\\_Museumsbahnen#Deutschland](http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Museumsbahnen#Deutschland)

3.4. Vereine mit eigenen Vereinszeitschriften und Vereinshomepages sollten die Gelegenheit der Markenausgabe nutzen, das Thema besonders für ihre Mitglieder und die Öffentlichkeit darzustellen.

3.5. Verwendung der Marke für die Vereinspost.