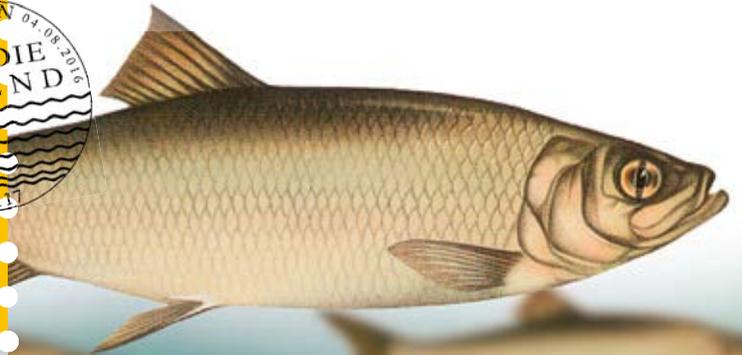




STIFTUNG DEUTSCHE
JUGENDMARKE e.V.

JAHRESBERICHT 2016



 Gutes Mit
tun Briefmarken
helfen

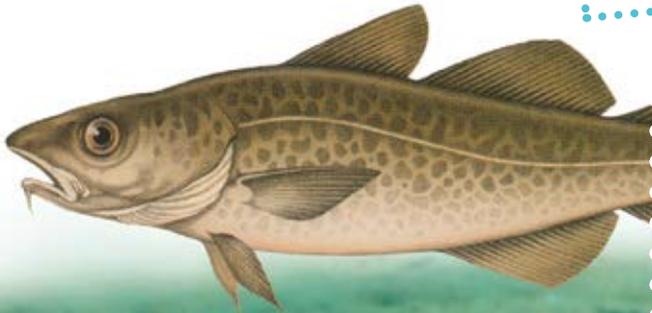
Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V.

JAHRESBERICHT 2016

Besuchen Sie unseren Shop!

Alle postfrischen Jugendmarken, verfügbaren Ersttagsbriefe und Erinnerungskarten können Sie über unseren Onlineshop bestellen.

Den Shop und mehr Informationen finden Sie unter www.jugendmarke.de.



 Gutes
  tun
 Mit
 Briefmarken
helfen

VORWORT

Die Briefmarkenserie FÜR DIE JUGEND 2016 mit ihrem Zuschlag für gute Zwecke zeigt als Motive die bekanntesten deutschen Meeresfische: Hering, Kabeljau und Scholle. Sie sind nicht nur in der Nordsee, sondern auch in weiten Bereichen der Ostsee verbreitet. Der Kabeljau kann bis zu anderthalb Meter lang werden, und auch die kleinen Briefmarken sind alles andere als kleine Fische, was die Hilfe für junge Menschen angeht. Unter dem Motto „Gutes tun – Mit Briefmarken helfen“ gibt der aktuelle Jahresbericht einen Überblick über die in letzter Zeit geförderten Vorhaben, die neue Wege in der Kinder- und Jugendhilfe aufzeigen, und über Bauvorhaben im Bereich der Jugendbildungsstätten mit bundeszentraler Bedeutung.

Besonders möchte ich auf das Projekt „Das tabuisierte Risiko: innerfamiliäre Tötungsdelikte“ aufmerksam machen. Im Zentrum dieses Praxisforschungsprojektes stehen Bewältigungsprozesse überlebender Familienmitglieder, Strategien zur Gefahrenabwehr und Konsequenzen für die Kinder- und Jugendhilfe. Die Stiftung Deutsche Jugendmarke hat auch die Situation junger Flüchtlinge förderpolitisch weiterhin im Blick. In einem Projekt des Bundesverbandes unbegleitete

minderjährige Flüchtlinge e.V. etwa, das von der Stiftung unterstützt wird, entstehen Arbeitshilfen und Materialien, die helfen, den Übergang junger Flüchtlinge von der Schule in den Beruf zu bewältigen.

Dank der Sammlerinnen und Sammler von Jugendmarken konnten im Jahr 2016 rund 967.000 Euro für sechs neue Projekte bereitgestellt werden. Allen Käuferinnen und Käufern der Jugendmarken danke ich dafür, dass sie diesen Plusmarken ihre Treue halten. Unser Motto gilt: Gutes tun – Mit Briefmarken helfen.



Manuela Schwesig

Manuela Schwesig

*Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Vorsitzende der Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V.*

Profil

EINSATZ FÜR DIE JUGEND



Briefmarken kaufen und Gutes tun – so einfach ist es, sich für die Belange von Kindern und Jugendlichen starkzumachen. Die jährlich erscheinenden Plusmarken FÜR DIE JUGEND machen es möglich: Der Zuschlag der vom Bundesfinanzministerium herausgegebenen Marken geht direkt an die Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V. Mit dem Erlös der Marken fördern wir seit mehr als 50 Jahren Projekte für Kinder und Jugendliche.

Dabei setzen wir unseren Förderschwerpunkt auf Vorhaben, die einen innovativen, zukunftsweisenden Charakter haben und neue Wege in der Kinder- und Jugendhilfe ermöglichen. Die Auswahl der geförderten Projekte und Maßnahmen erfolgt durch die Mitgliederversammlung, die sich aus Expertinnen und Experten der öffentlichen und freien Kinder- und Jugendhilfe zusammensetzt. So ist sichergestellt, dass der Erlös aus dem Verkauf der Briefmarken auch da ankommt, wo er gebraucht wird – bei den Kindern und Jugendlichen vor Ort.

INNOVATION FÜR DIE JUGEND Neue Wege in der Kinder- und Jugendhilfe

Jede neue Idee braucht jemanden, der sie unterstützt. Mit der Förderung innovativer, zukunftsweisender

Projekte werden Modellvorhaben erprobt und neue kinder- und jugendgerechte Angebote umgesetzt. So schaffen wir Vorbilder für weitere Projekte.

BAUEN FÜR DIE JUGEND Erwerb, Neu-, Aus- und Umbau von Begegnungs- und Lernorten für Kinder und Jugendliche

Vom barrierefreien Bildungszentrum bis zur internationalen Begegnungsstätte – mit uns stehen Kinder und Jugendliche nicht im Regen. Mit zinslosen Darlehen unterstützen wir den Erwerb, den Neu-, Um- und Ausbau von pädagogisch betreuten Orten und Räumen, die Kindern und Jugendlichen Freiraum sowie Platz für Entwicklung bieten.

FORSCHEN FÜR DIE JUGEND Studien und Projekte für eine erfolgreiche Kinder- und Jugendhilfe

Nur wer aktuelle Aufgabenstellungen und Herausforderungen kennt, kann sich früh und passgenau für das Wohl von Kindern und Jugendlichen einsetzen. Wir bezuschussen Praxisforschungsprojekte als Basis für eine erfolgreiche Kinder- und Jugendhilfe.

Förderschwerpunkt

INNOVATION FÜR DIE JUGEND

Kunst & Kabel – das Fablab gibt jungen Leuten spannende Einblicke in die Welt des digitalen Produzierens.

jfc Medienzentrum e. V., Köln

Fördersumme: 133.000 Euro



Zum Experimentieren mit digitalen und traditionellen Werkzeugen stiftet das mobile Fablab des jfc Medienzentrums Köln an: 3D-Drucker laden Kinder und Jugendliche ein, fantasievolle Produkte umzusetzen. Beim Upcycling werten sie „alte Dinge“ und „Müll“ auf und geben den Gegenständen einen anderen Sinn und ein neues Design.

Das Fablab gibt mehr als nur Einblicke in die Welt des Programmierens und Produzierens. Es bietet jungen Menschen auch die Möglichkeit, außergewöhnliche Anwendungen kennenzulernen. Der Workshop „Pflanzenpower“ zum Beispiel führt in die Welt des Physical Computings ein und bringt Pflanzen durch Mikrocontroller und Schaltkreise zum Sprechen. Ob Blockveranstaltungen, Ferienkurse oder Workshops – das Fablab ist auch unterwegs und besucht Bildungseinrichtungen an verschiedenen Orten in NRW. Das jfc Medienzentrum unterstützt mit dem Angebot außerdem Fachkräfte. Diese können auf Qualifizierungsangebote und auf Handreichungen zur Fablab-Praxis zurückgreifen.

Die wissenschaftliche Begleitung durch eine Fachhochschule garantiert die Weiterentwicklung der technischen Jugendbildung.

BEREITGESTELLTE MITTEL 2016

Mit dem Erlös der Plusmarken verwirklichen wir zukunftsweisende, gemeinnützige Projekte und Maßnahmen für Kinder und Jugendliche. Im Jahr 2016 haben wir insgesamt 967.300 Euro für sechs Projekte bereitgestellt.

1. Krypto-Kids – Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW, Köln

Wie lassen sich Kindern ab acht Jahren die Themen Kryptografie, Verschlüsselung, Privatsphäre und Datensicherheit nahebringen? „Krypto-Kids“, ein von der Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW in Köln entwickeltes Veranstaltungsformat, ermöglicht dies spielerisch und zielgruppengerecht. Jede Jugendeinrichtung kann die Veranstaltungen kostengünstig in Eigenregie durchführen. Die von der Fachstelle entwickelten, umfangreichen Handreichungen und Anleitungen (Text und Video) bieten auch über die Veranstaltungen hinaus Anregungen für die pädagogische Arbeit.

185.000 Euro

2. FUGATO – Württembergische Philharmonie Reutlingen

Auf die Integrationskraft der Musik setzt FUGATO, ein einjähriges Projekt der Württembergischen Philharmonie Reutlingen. Höhepunkt ist ein gemeinsamer Auftritt des Sinfonieorchesters in der Stadthalle Reutlingen mit etwa 80 unbegleiteten minderjährigen Flüchtlingen aus Reutlingen, Tübingen und Esslingen sowie einheimischen Schülerinnen und Schülern. FUGATO ermöglicht damit Völkerverständigung durch Kultur.

25.500 Euro

3. Lokale Landschaften der Bildung – Bundes- vereinigung Kulturelle Kinder- und Jugend- bildung e. V., Remscheid

Außerschulische Bildungseinrichtungen und Schulen stärker zu vernetzen ist das Ziel lokaler Bildungslandschaften. Denn Bildungsangebote für Kinder und Jugendliche sind besonders fruchtbar, wenn sie auf stabilen Kooperationen beruhen sowie inhaltliche und strukturelle Fragestellungen berücksichtigen. Das Forschungsvorhaben analysiert die Praxis lokaler Bildungslandschaften und regt den fachlichen Diskurs an. Außerdem werden Module für die Praxis erarbeitet.

199.000 Euro

Informationen zu
unseren Fördergrund-
sätzen finden Sie unter
www.jugendmarke.de



4. Perspektiven junger Flüchtlinge stärken! – Bundesverband unbegleitete minderjährige Flüchtlinge e. V., Berlin

Für junge Geflüchtete laufen die gesetzlichen Maßnahmen der Kinder- und Jugendhilfe am 18. Geburtstag aus. Die Folge: Ihr begleitendes und stabilisierendes Netzwerk fällt oft auf einen Schlag weg. Damit rücken auch Teilhabeperspektiven in weite Ferne. Freiwilliges Engagement alleine kann die entstehende Betreuungslücke nicht schließen. Gefragt ist eine Unterstützung, die sich an den verbindlichen Standards der Jugendhilfe ausrichtet. An dieser Schnittstelle zwischen Fachkräften, freiwillig Engagierten und Betroffenen setzt das Projekt an – mit Modulen zur Qualifizierung, Unterstützung und Vernetzung.

200.000 Euro

5. netzeCAMPUS – Verein zur Förderung der interkulturellen Jugendarbeit e. V., Berlin

Der Bau einer Flüchtlingsunterkunft in einem gewachsenen, nachbarschaftlichen Netzwerk gab den Impuls für das Projekt netzeCampus, das seinen Fokus auf Jugend, Stadtentwicklung und Integration legt. Künstlerinnen und Künstler, Architektinnen und Architekten sowie Expertinnen und Experten aus verschiedenen Communitys

wollen mithilfe der neu entstehenden „kleinen Volkshochschule für Weltwissen“ Jugendliche beim Forschen und Lernen unterstützen. Das Ziel: ein gelingendes Zusammenleben mit Geflüchteten aus aller Welt.

162.000 Euro

6. Inklusion und Exklusion von lesbischen, schwulen, bisexuellen, trans* und queeren Jugendlichen – Deutsches Jugendinstitut e. V., München

Junge Menschen mit einer abweichenden sexuellen Orientierung müssen oft Hürden überwinden – beispielsweise wenn sie sich nicht ausschließlich vom anderen Geschlecht angezogen fühlen oder ihre Identität nicht mit ihrem bei der Geburt festgelegten Geschlecht übereinstimmt. Im Forschungsprojekt werden die Lebenswelten sowie die Inklusions- und Exklusionserfahrungen lesbischer, schwuler, bisexueller, trans* und queerer Jugendlicher untersucht. Die Erkenntnisse sollen die Jugendarbeit in Vereinen und Verbänden unterstützen.

195.800 Euro

Möchten Sie unsere Arbeit unterstützen oder einen Förderantrag stellen? Dann besuchen Sie www.jugendmarke.de oder rufen Sie uns an. Informationen zu unseren Fördergrundsätzen finden Sie unter www.jugendmarke.de.

AUSBLICK

JAHRESMOTIV 2017

Urmel aus dem Eis, Kleiner König Kalle Wirsch und Kater Mikesch – die beliebten Figuren der Augsburger Puppenkiste schmückten 2017 die Briefmarkenserie FÜR DIE JUGEND. Ausgabetag ist der 10. August 2017.

WIE BRIEFMARKEN ENTSTEHEN

Briefmarken sind nicht nur kleine Kunstwerke, sondern erfüllen oft auch einen guten Zweck.



Früher entschieden Landesfürsten über Briefmarken. Heute nicht mehr. Für die Herausgabe von Briefmarken ist das Bundesministerium der Finanzen (BMF) zuständig. Jedes Jahr gehen dort rund 500 Vorschläge aus der Bevölkerung ein. Das Ministerium bewertet diese dann nach festgelegten Kriterien.

Briefmarken sind kleine Kunstwerke. Dafür sorgen insgesamt rund 100 ausgewählte Grafikerinnen und Grafiker, von denen meist sechs um ein Motiv konkurrieren. Letztendlich liegt die Entscheidung beim Bundesfinanzminister. Ihm stehen zwei Gremien bei der Auswahl zur Seite: Der Programmbeirat prüft die Anregungen und erarbeitet eine Liste mit Vorschlägen. Später bewertet der Kunstbeirat, ob die grafische Umsetzung der Entwürfe gelungen ist.

In Deutschland kann man mit Briefmarken auch Gutes tun und Menschen helfen, die auf Solidarität angewiesen sind: Jedes Jahr gibt das BMF Marken heraus, auf die zusätzlich zum Porto ein Zuschlag erhoben wird. Die Wort-Bild-Marke „Gutes tun – Mit Briefmarken helfen“ auf dem Rand der sogenannten Plusmarken signalisiert: Mit dem Erwerb unterstützen die Briefmarkenkäuferinnen und -käufer direkt gemeinnützige Projekte – bei den Marken FÜR DIE JUGEND zum Beispiel Kinder und Jugendliche.

JUGENDMARKE 2016



MARKEN 2016



Marken 2016

Beeindruckendes Farbenspiel: der Hering

Heringsschwärme werden auch „Silber des Meeres“ genannt. Denn ihre Flanken glänzen silbrig, und ihr Rücken schimmert in verschiedenen Farben. Heringe leben auf der Nordhalbkugel, im Übergangsgebiet zwischen gemäßigter und polarer Zone. Sie tummeln sich im nördlichen Atlantik zwischen amerikanischer Ostküste und Norwegen. Auch in der Nord- und Ostsee gehören sie zur Unterwasserfauna. Die zu den Knochenfischen zählenden Fische können länger als 40 Zentimeter und stolze 20 Jahre oder sogar älter werden.

Räuberischer Fleischfresser: der Kabeljau

Der Kabeljau ist ein Räuber, der andere Fische jagt und frisst – darunter auch den Hering. Er erreicht durchschnittlich eine Länge von 60 Zentimetern, und ist alles andere als ein Leichtgewicht: Bis zu 2,5 Kilogramm bringt der Kabeljau auf die Waage. Kabeljaue sind vor allem im Nordatlantik verbreitet, leben aber auch in der Ostsee. Dort werden sie meist als Dorsch bezeichnet. Sie sind Wanderfische: Zur Nahrungssuche bevorzugen sie kältere Regionen, zum Laichen wärmere Gefilde.

Ein Meister der Tarnung: die Scholle

Die Scholle bevorzugt den Meeresboden als Lebensraum und ist vor allem im Nordatlantik beheimatet. Schollen sind Meister der Tarnung. Sie passen sich farblich an den jeweiligen Untergrund an und graben sich bei Gefahr ein. Die Augen, die dann als Einziges zu sehen sind, können Schollen gleichzeitig nach vorne und nach hinten richten. Die Larven der Scholle schwimmen zuerst aufrecht, bis die Umwandlung zum Plattfisch beginnt. Etwa 25 bis 40 Zentimeter lang werden die ausgewachsenen Fische.



PRODUKT	ANZAHL	PREIS
ERSTTAGSBRIEFE 2016		
Ersttagsstempel: Bonn	<input type="text"/>	6,00 Euro
Ersttagsstempel: Berlin	<input type="text"/>	6,00 Euro
ERINNERUNGSKARTEN 2016		
Ersttagsstempel: Bonn	<input type="text"/>	7,00 Euro
Ersttagsstempel: Berlin	<input type="text"/>	7,00 Euro
MARKENSATZ 2016	<input type="text"/>	4,25 Euro
ZEHNERBÖGEN 2016		
„Hering“	<input type="text"/>	10,00 Euro
„Kabeljau“	<input type="text"/>	12,50 Euro
„Scholle“	<input type="text"/>	20,00 Euro

VERSANDKOSTEN

Brief: 1,50 €

*Versandkosten außerhalb
Europas bitte anfragen*

BESTELLUNG

*Nutzen Sie die Bestellkarte oder
besuchen Sie unseren Onlineshop!
> www.jugendmarke.de*

*Die Bestellung erfolgt ausschließlich per
Vorkasse auf folgendes Konto:*

Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V.
IBAN: DE49 3705 0198 1901 1170 83
Sparkasse KölnBonn BIC: COLSDE33

Ihre Bestellung wird per E-Mail bestätigt.

Name:	_____
Anschrift:	_____
_____	_____
_____	_____
Telefon:	_____
E-Mail:	_____

VERSANDKOSTEN

Brief: 1,50 €

*Versandkosten außerhalb
Europas bitte anfragen*



AN

Stiftung Deutsche
Jugendmarke e. V.

Rochusstraße 8–10
53123 Bonn

Förderschwerpunkt

BAUEN FÜR DIE JUGEND

Jugendarbeit in neuen Räumen –
mit barrierefreiem Zugang und
mehr Platz für Veranstaltungen

Katholische Landjugendbewegung
Deutschlands e. V., Bad Honnef

Fördersumme: 160.000 Euro



Die Akademie Junges Land hat sich der außerschulischen Bildung verschrieben. Mit Erfolg: Zahlreiche Jugendliche sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus dem In- und Ausland besuchen bis zu 100 Veranstaltungen pro Jahr. Themen sind die Entwicklung des ländlichen Raums, Ökologie, internationale Entwicklung, Diversität und politische Bildung.

Die Akademie unterstützt die Verbandsarbeit der Katholischen Landjugendbewegung. Gefragt sind dabei Ideen, wie Jugendliche zur Entwicklung ländlicher Regionen motiviert werden können. Ein jährliches Großprojekt ist die Sozialraum- und Potenzialanalyse einer ausgewählten Region. Dafür kommt eine junge Forschungsgruppe für mehrere Tage in eine länd-

liche Region und untersucht die Situation vor Ort. Ein Fokus liegt auf der Situation von Jugendlichen, insbesondere vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklungen. Die Ergebnisse helfen dabei, Konzepte für die Praxis weiterzuentwickeln.

Die Sanierung des etwa 200 Jahre alten Gebäudes hat zusätzliche Möglichkeiten eröffnet: Jetzt steht mehr Platz für die Veranstaltungen zur Verfügung und der Zugang zur Akademie ist barrierefrei.

Förderschwerpunkt

FORSCHEN FÜR DIE JUGEND

Das tabuisierte Risiko: Ein Forschungsprojekt untersucht innerfamiliäre Tötungsdelikte und deren Konsequenzen für die Jugendhilfe.

Stadt Karlsruhe, Sozial- und Jugendbehörde

Fördersumme: 111.200 Euro

Regelmäßig berichten Medien über Tötungsdelikte innerhalb von Familien als sogenannte Beziehungsdramen. Als Auslöser gelten Eifersucht, Trennung oder Streitigkeiten um das Sorgerecht. Seltener thematisiert werden hingegen die damit zusammenhängenden Gewaltverhältnisse zwischen den Geschlechtern und Generationen. Die Folge: Im Gegensatz zu anderen tödlichen Kinderschutzfällen wird kaum nach vorherigen Kontakten zu Polizei, Justiz und Jugendämtern und nach Maßnahmen zum Schutz vor häuslicher Gewalt gefragt.

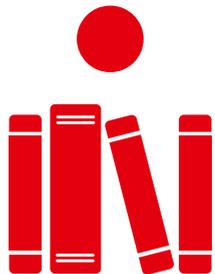
Bisher gab es in Deutschland zudem keine wissenschaftliche Erhebung dazu, welche Konsequenzen dies für die hinterbliebenen Kinder, Jugendlichen und Heranwachsenden hat. In einem zweijährigen qualitativen Forschungsprojekt befragte das Karlsruher Jugendamt deshalb Betroffene, um deren Bedürfnisse und Bewältigungsprozesse besser zu verstehen und die Jugendhilfepraxis sowie weitere Hilfs- und Unterstützungsangebote zu verbessern. Ein Lösungsansatz ist, die Sensibilität bei den beteiligten Institutionen zu erhöhen und eine bessere Vernetzung zu erreichen.

Die Forschungsergebnisse wurden im März 2017 im Rahmen des Deutschen Kinder- und Jugendhilfetages präsentiert und als Buch veröffentlicht.





Lernen ist einfach.



gut.sparkasse-koelnbonn.de

Unser Engagement für Bildung.

Bildung entscheidet in hohem Maß über Teilhabe und Lebenschancen. Deshalb engagieren wir uns in Köln und Bonn für Bildung und Ausbildung – beispielsweise für Initiativen zur bilingualen Erziehung oder Leseförderung sowie für zahlreiche Kunst- und Musikprojekte. Jedes Jahr fördern wir rund 300 Bildungsprojekte.

Wenn's um Geld geht
 **Sparkasse
KölnBonn**

ERLÖS AUS DER ZUSCHLAGSMARKE FÜR DIE JUGEND

764.848,41 €*

VERFÜGBARE MITTEL 2016

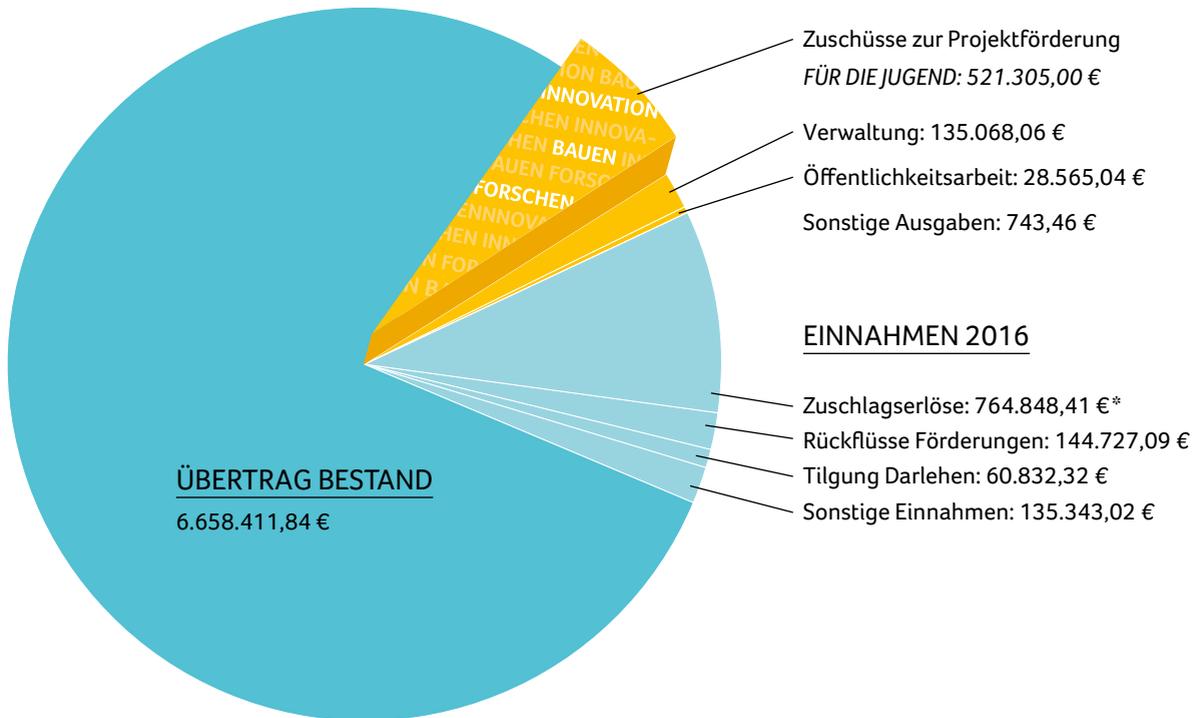
7.764.162,68 €

Der Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V. standen im Berichtsjahr 2016 folgende Mittel zur Finanzierung ihrer Aufgaben zur Verfügung (davon bestehende Verpflichtungen aus Vorjahren 1.664.102,75 €):

6.658.411,84 €	Übertrag Bestand
764.848,41 €	Zuschlagerlöse*
60.832,32 €	Tilgung Darlehen
144.727,09 €	Rückflüsse Förderungen
135.343,02 €	Sonstige Einnahmen

*Berücksichtigt sind Abschläge bis einschließlich September 2016.

EINNAHMEN UND AUSGABEN 2016



* Berücksichtigt sind Abschläge bis einschließlich September 2016.

MITGLIEDER UND IHRE VERTRETUNGEN

VORSTAND

BUNDESMINISTERIN FÜR FAMILIE,
SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND
Manuela Schwesig

als ständiger Vertreter:

Thomas Thomer

Unterabteilungsleiter „Kinder und Jugend“
*Bundesministerium für Familie, Senioren,
Frauen und Jugend, Rochusstraße 8–10,
53123 Bonn*

BUNDESARBEITSGEMEINSCHAFT DER
FREIEN WOHLFAHRTSPFLEGE e. V.
Norbert Struck, Referent
*Deutscher Paritätischer Wohlfahrts-
verband – Gesamtverband e. V.
Oranienburger Straße 13–14
10178 Berlin*

WEITERE MITGLIEDER

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER OBERSTEN
LANDESJUGEND- UND FAMILIENBEHÖRDEN
Karla Range-Schmedes
Leiterin des Referates Jugendarbeit,
Kinderschutz, Prävention
*Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und
Wissenschaft Berlin
Bernhard-Weiß-Straße 6, 10178 Berlin*

BUNDESARBEITSGEMEINSCHAFT DER
LANDESJUGENDÄMTER
Landesrätin Birgit Westers
*Landschaftsverband Westfalen-Lippe
Warendorfer Straße 25, 48231 Münster*

BUNDESVEREINIGUNG DER
KOMMUNALEN SPITZENVERBÄNDE
Richard Isselhorst, bis 14.11.2016
Bruno Pfeifle, ab 15.11.2016

BUNDESAUSSCHUSS POLITISCHE BILDUNG e. V.
Ina Bielenberg, Geschäftsführerin
*Arbeitskreis deutscher Bildungsstätten e. V.
Mühlendamm 3, 10178 Berlin*

BUNDESVEREINIGUNG KULTURELLE KINDER-
UND JUGENDBILDUNG e. V.

Hildegard Bockhorst, bis 31.05.2016

Tom Braun, Geschäftsführer, ab 01.06.2016

DEUTSCHER BUNDESJUGENDRING e. V.

Daniel Grein, Geschäftsführer, bis 07.08.2016

Clara Wengert, Geschäftsführerin, ab 08.08.2016

GESCHÄFTSFÜHRER

Hans-Peter Bergner

FINANZEN

Michael Janta

BERATUNG/KOMMUNIKATION

Ina Pfeiffer

SEKRETARIAT

Gudrun Knoch

*Mehr Informationen und alle verfügbaren
Jugendmarken finden Sie unter
www.jugendmarke.de.*

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V.
Rochusstraße 8 – 10, 53123 Bonn

GESTALTUNG

neues handeln GmbH, Köln

BILDNACHWEIS

Titel, S. 2, S. 9, S. 10: Werner Hans Schmidt,
Frankfurt am Main; Antal Vida/Tamás Kótai:
365 Fische, hf.ullmann Verlag, Potsdam
S. 3: BMFSFJ
S. 5: shutterstock.de/Dmytro Zinkevych
S. 6: Schlesische 27/Fred Moseley, DJI,
Computer Projekt Köln e. V.
S. 8: BMF
S. 13: shutterstock.de/Zurijeta
S. 14: Frauenhaus SKF, Karlsruhe



KONTAKT

Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V.
Rochusstraße 8 – 10
53123 Bonn

Telefon: 0228 95 9580
Fax: 0228 95 95820
E-Mail: info@jugendmarke.de
Internet: www.jugendmarke.de