



STIFTUNG DEUTSCHE
JUGENDMARKE e.V.

JAHRESBERICHT 2017



    Gutes Mit
tun Briefmarken
helfen



Stiftung Deutsche Jugendmarke e.V.

JAHRESBERICHT 2017

Besuchen Sie unseren Shop!

Jugendmarken, Ersttagsbriefe und
Erinnerungskarten können Sie auch
online bestellen.

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



 Gutes Mit
 tun Briefmarken
 helfen


VORWORT

Die Plusmarkenserie FÜR DIE JUGEND 2017 mit ihrem Zuschlag für gute Zwecke zeigt „Urmel aus dem Eis“, „Kleiner König Kalle Wirsch“ und „Kater Mikesch“. Sie zählen zu den beliebtesten Figuren der Augsburger Puppenkiste. Die Marken machen allerdings nicht nur den Fans des berühmten Marionettentheaters Spaß, sondern auch den Kindern und Jugendlichen, die besser aufwachsen können – dank der großartigen Projekte, die mit dem Verkauf der Marken gefördert werden konnten.

Für ihre Unterstützung innovativer Projekte bei freien Trägern der Kinder- und Jugendhilfe bin ich der Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V. dankbar. Die Stiftung wirkt seit mittlerweile 53 Jahren, und auch 2017 waren wieder beeindruckende Projekte dabei, wie beispielsweise das Praxisforschungsprojekt „Vormundschaften im Wandel – die Ausgestaltung von Vormundschaftsprozessen aus der Mündelperspektive“, ein bundesweites Netzwerk „Kinder von Inhaftierten“ und ein Online-Filmportal für nicht gewerbliche Kinder- und Jugendfilmveranstaltungen.

Gutes zu tun muss nicht immer mit großem Aufwand verbunden sein. Die Stiftung Deutsche Jugendmarke gibt dafür ein Beispiel: Wer Jugendmarken kauft, kann durch kleine Beiträge dafür sorgen, dass viel Gutes entstehen und wachsen kann. Deshalb danke ich allen Käuferinnen und Käufern – vor allem den Briefmarkenfreundinnen und -freunden – ganz herzlich dafür, dass sie den Jugendmarken ihre Treue halten!

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Franziska Giffey

*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 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

**Digital statt analog:
Die Filmothek geht online**

Bundesverband Jugend und Film e.V.,
Frankfurt/Main

Fördersumme: 120.000 Euro

Rund 500 Spiel-, Animations-, Kurz- und Dokumentarfilme umfasst die Clubfilmothek des Bundesverbands Jugend und Film e.V. Dieser umfangreiche nicht kommerzielle Filmverleih wird jetzt mit Unterstützung der Stiftung Deutsche Jugendmarke modernisiert und technologisch an die digitalen Möglichkeiten angepasst. So können Jugendhäuser oder Schulen viele Filme aus dem Verleihprogramm nicht nur als DVD oder Blu-Ray-Disc, sondern künftig auch online ausleihen und vorführen.

Mit der Digitalisierung der Filmothek orientiert sich der Bundesverband Jugend und Film nicht nur an aktuellen technischen Möglichkeiten oder den Gewohnheiten der Jugendlichen sowie Pädagoginnen und Pädagogen – er schafft auch Voraussetzungen für neue interaktive und dialogische Nutzungsmöglichkeiten.

Die Clubfilmothek des Bundesverbands Jugend und Film e.V. arbeitet seit Jahrzehnten erfolgreich und hat eine große Reichweite.

Sie ist der einzige in Deutschland aktive, nicht kommerzielle Filmverleih für die Jugend- und Bildungsarbeit. Jugendinitiativen können alle Filme im Angebot für nicht gewerbliche öffentliche Vorführungen ausleihen.



BEREITGESTELLTE MITTEL 2017

Mit dem Erlös der Plusmarken verwirklichen wir zukunftsweisende, gemeinnützige Projekte und Maßnahmen für Kinder und Jugendliche. Im Jahr 2017 haben wir insgesamt rund 870.000 Euro für sieben Projekte bereitgestellt.

1. Untersuchung des sprachlichen Konzepts der Krippe „Mondlicht“ – Kinderschutz e.V., München

Ein Team aus gehörlosen und hörenden pädagogischen Fachkräften betreut in der bimodal-bilingualen Krippe „Mondlicht“ hörbehinderte und hörende Kinder, zum Teil mit gehörlosen Eltern. Die Kinder und das Team kommunizieren nicht nur in der Lautsprache, sondern auch in der Deutschen Gebärdensprache. Ist das ein erfolgreicher Ansatz, der auf andere Einrichtungen übertragen werden kann? Um das herauszufinden, untersucht das Forschungsprojekt das Sprachkonzept der Krippe.

25.430 Euro

2. Instandsetzung und Sanierung der Burg Waldeck – Arbeitsgemeinschaft Burg Waldeck e.V., Dorweiler

Auf der Burg Waldeck stehen zahlreiche bauliche Veränderungen an. Sie tragen dazu bei, die soziodagogischen und musisch-kulturellen Angebote der Burg auszuweiten. Die Stiftung Deutsche Jugendmarke unterstützt dies mit einem zinslosen Darlehen.

127.500 Euro

3. Ein Forschungsprojekt zur Ausgestaltung von Vormundschaftsprozessen aus der Mündelperspektive – Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e.V., Frankfurt/Main

Wie gestalten und entwickeln sich Vormundschaftsbeziehungen im zeitlichen Verlauf? Diese Fragestellung analysiert ein Praxisforschungsprojekt des Instituts für Sozialarbeit und Sozialpädagogik. Im Mittelpunkt stehen Kinder und Jugendliche, aber auch die Perspektiven der Vormünder und Erziehenden fließen ein. Ziel ist es, Vormundschaftsbeziehungen weiter zu verbessern.

199.000 Euro

Informationen zu unseren Fördergrundsätzen finden Sie unter www.jugendmarke.de



4. Entwicklung von Unterstützungsangeboten für die Kinder von Inhaftierten – Treffpunkt e.V., Nürnberg

Schätzungsweise 100.000 Kinder in Deutschland haben einen Elternteil, der im Gefängnis sitzt. Das Netzwerk Kinder von Inhaftierten hat sich zur Aufgabe gemacht, die Probleme von Kindern mit inhaftierter Mutter oder inhaftiertem Vater in die Öffentlichkeit und Politik zu tragen. Zu den Zielen gehört außerdem, Unterstützungsangebote weiterzuentwickeln, Kooperationen zwischen Jugendhilfe und Strafvollzug auszuweiten sowie Materialien für eine gute Praxis zu bieten.

133.000 Euro

5. Eine Online-Plattform mit Modellcharakter – Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland e.V. (aej), Hannover

Erfolgreiche Jugendarbeit basiert wesentlich darauf, ob Informationen verfügbar sind. Mit der Online-Plattform schafft die aej Voraussetzungen, um die Umsetzung von Bildungsangeboten zu verbessern. Das Modellprojekt bietet einen neuen Weg, der gesetzlich vorgeschriebenen Auskunftspflicht für Angebote der Jugendarbeit nachzukommen, und ist auch für andere Träger der Jugendarbeit interessant.

155.000 Euro

6. Online-Filmportal für nicht gewerbliche Kinder- und Jugendfilmveranstaltungen – Bundesverband Jugend und Film e.V., Frankfurt /Main

Mehr über dieses Projekt erfahren Sie auf Seite 5 in diesem Heft.

120.000 Euro

7. Ein Jugendnetzwerkbüro solidarischer Sozialgenossenschaften – KARUNA eG – Die Sozialgenossenschaft mit Familiensinn, Berlin

Die KARUNA Sozialgenossenschaft bringt Menschen zusammen, die gemeinsam mit benachteiligten Jugendlichen partnerschaftlich an Zukunftsprojekten arbeiten. Mit der Förderung der Stiftung Deutsche Jugendmarke wird KARUNA eG das erste Jugendnetzwerkbüro solidarischer Sozialgenossenschaften in Berlin gründen und das Genossenschaftsmodell in verschiedenen Städten bekannt machen.

108.000 Euro

Möchten Sie unsere Arbeit unterstützen oder einen Förderantrag stellen? Dann besuchen Sie www.jugendmarke.de oder rufen Sie uns an.

AUSBLICK

JAHRESMOTIV 2018

Echter Pfifferling, Echter Steinpilz und ein Maronen-Röhrling – die beliebten Speisepilze schmücken 2018 die Briefmarkenserie FÜR DIE JUGEND. Ausgabetag ist der 9. August 2018.

DREI FRAGEN AN ...

... Claudia Schäfer,
Leiterin Deutsche Post Philatelie

Um den Erfolg der Jugendmarken fortzuschreiben, setzt die Expertin Claudia Schäfer auf eine innovative Gestaltung und neue Marketingideen.



2017 zierten Motive der Augsburger Puppenkiste die Jugendmarken. Wie beurteilen Sie die Motivauswahl und wie wichtig ist das Motiv aus Ihrer Sicht?

Die Auswahl von Themen und Motiven ist immens wichtig. Sie sollen überraschen und emotional berühren. Die Figuren der Augsburger Puppenkiste waren eine glänzende Wahl. Sie sind beliebt bei Alt und Jung, und so wundert es nicht, dass die Verkäufe sehr positiv waren. Trotz guter Bevorratung meldeten einzelne Postfilialen: ausverkauft.

Was macht für Sie die Zusammenarbeit mit der Stiftung Deutsche Jugendmarke aus?

Gemeinsames Ziel ist es, mehr Jugendmarken zu verkaufen. Bei Treffen beraten wir über Kooperationsansätze, Werbung und Präsentation. Zur Augsburger Puppenkiste hat die Post ein Video auf

Facebook gestellt, um neue Zielgruppen zu erschließen und mehr Öffentlichkeitswirkung zu erreichen. Ein höherer Umsatz bringt am Ende schließlich mehr Geld für die zahlreichen Projekte der Stiftung Deutsche Jugendmarke.

Wie versuchen Sie, Jugendmarken bekannter zu machen und die Verkäufe zu steigern?

Ich möchte, dass wir tolle – zeitgenössische – Themen und interessante Motive bieten. Darüber hinaus sehe ich die Veredelung von Jugendmarken, wobei grafische Elemente des Motivs optisch hervorgehoben werden. Auch die Entwicklung innovativer Produkte mit Plusmarken speziell für Briefmarkensammler ist denkbar.

JUGENDMARKTE 2017



MARKEN 2017



Marken 2017

Die Augsburger Puppenkiste begeistert seit 1948 schon viele Generationen. 2017 zeigen die drei Sonderbriefmarken der Serie FÜR DIE JUGEND beliebte Motive des Marionettentheaters.

Urmel aus dem Eis

Mit „Urmel aus dem Eis“ schuf Max Kruse 1969 einen Kinderbuchklassiker. Auf der Südseeinsel Titiwu lebt der zerstreute Professor Habakuk Tibatow mit seiner Haushälterin, einem sprechenden Schwein namens Wutz. Eines Tages wird ein uraltes, in einem Eisberg eingefrorenes Drachenei an den Strand gespült, aus dem ein Urmel schlüpft. Fortan besteht Urmel mit seinen Freunden viele Abenteuer. Die Geschichte des Drachens wurde weltweit in einer Auflage von über 800.000 Exemplaren verkauft.

Kleiner König Kalle Wirsch

Von der Südseeinsel in die Unterwelt: König Kalle Wirsch hat einen Feind, der alles daransetzt, ihn vom Thron zu stürzen. Der böse Zoppo Trump versucht alles, um die Königswürde zu erlangen. Er lässt den König deshalb an die Erdoberfläche verschleppen. Mithilfe der Menschenkinder Jenny und Max gelingt Kalle Wirsch nach vielen Abenteuern gerade noch rechtzeitig die Rückkehr zum Duell – mit glücklichem Ausgang.

Kater Mikesch

Der sprechende Kater Mikesch lebt im Dorf Holleschitz. Eines Tages zerstört er versehentlich den Rahmtopf der Großmutter. Um den Schaden mit ehrlicher Arbeit wiedergutzumachen, reist er in die weite Welt und schließt sich einem fahrenden Zirkus an. Als Mikesch mit einem neuen Rahmtopf in seine Heimat zurückkehrt, wird der Abenteurer begeistert empfangen.



PRODUKT	ANZAHL	PREIS
ERSTTAGSBRIEFE 2017		
Ersttagsstempel: Bonn	<input type="text"/>	7,00 Euro
Ersttagsstempel: Berlin	<input type="text"/>	7,00 Euro
ERINNERUNGSKARTEN 2017		
Ersttagsstempel: Bonn	<input type="text"/>	7,00 Euro
Ersttagsstempel: Berlin	<input type="text"/>	7,00 Euro
MARKENSATZ 2017	<input type="text"/>	4,25 Euro
ZEHNERBÖGEN 2017		
„Urmel aus dem Eis“	<input type="text"/>	10,00 Euro
„Kleiner König Kalle Wirsch“	<input type="text"/>	12,50 Euro
„Kater Mikesch“	<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

**Eine inklusive Bildungsstätte:
Die Jugendakademie wurde erweitert
und saniert.**

Jugendakademie Walberberg, Bornheim

Zinsloses Darlehen: 200.000 Euro



Etwa 7.000 junge Menschen aus aller Welt, aller Religionen und Kulturen treffen sich jedes Jahr in der Jugendakademie Walberberg in Bornheim. Dort tauschen sie Erfahrungen aus und lernen gemeinsam – ob in Summercamps, bei Waldspaziergängen oder bei Seminaren zu Menschenrechtsthemen oder Mitbestimmung.

Seit Oktober 2017 verfügt die internationale Jugendbildungsstätte, unterstützt von einem zinslosen Darlehen der Stiftung Deutsche Jugendmarke, über zusätzliche Unterbringungs-, Tagungs- und Aufenthaltsmöglichkeiten: Zwei Schlafräume wurden rollstuhlgerecht umgebaut – inklusive Begleiter-Zimmer und dazwischen liegender Sanitäranlage. Auf dem

Flachdach entstanden drei zusätzliche Schlafräume mit Badezimmern. Ein Anbau bietet Platz für zwei neue Besprechungsräume, zwei anliegende Zimmer wurden saniert und den neuesten Standards angepasst. Kleine Gruppen können außerdem einen neuen Gebädetrakt mit Teeküche, Balkon, Terrasse und separatem Eingang nutzen.

Alle Schlaf- und Gruppenräume sind ebenerdig und barrierefrei zu erreichen. So können auch bei Inklusionsklassen mehr individuelle Assistenzen von Schülerinnen und Schülern untergebracht werden.

Förderschwerpunkt

FORSCHEN FÜR DIE JUGEND

„Ich will ein echtes Haus“ – Ein Forschungsprojekt untersuchte das Alltagsleben von Kindern in Unterkünften für Geflüchtete.

ISTA und INIB e. V. in Berlin

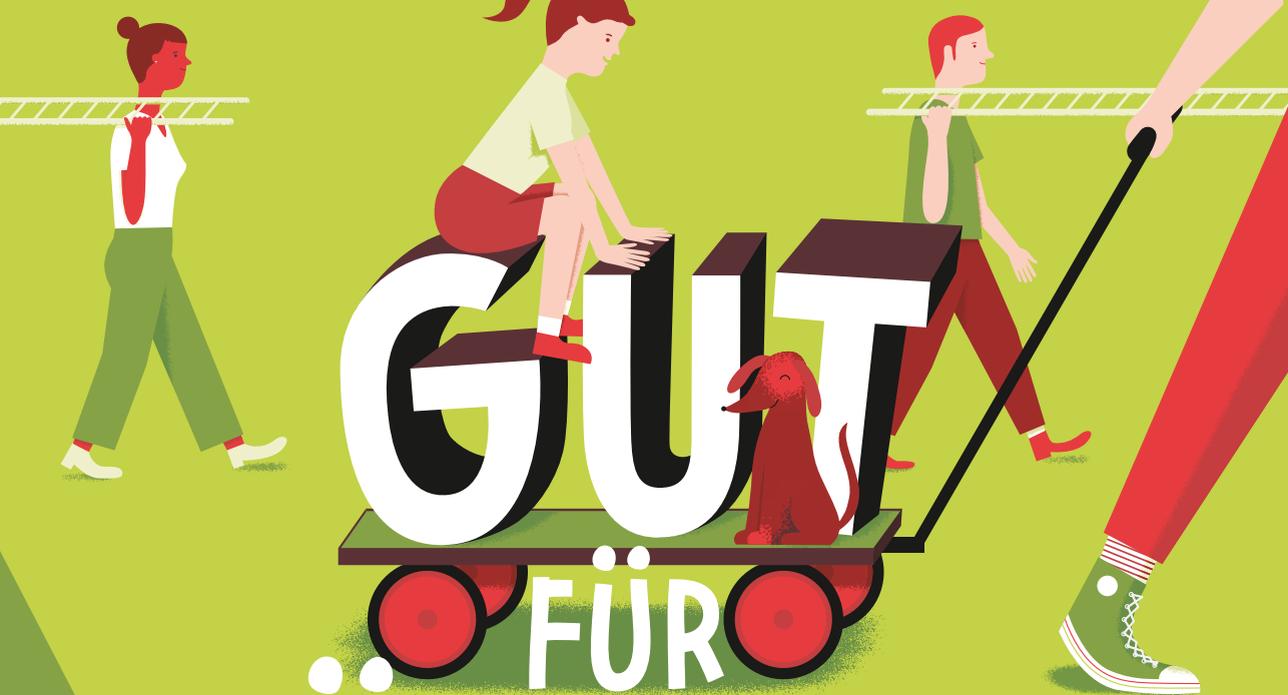
Fördersumme: 50.500 Euro

Kleine Kinder, die mit ihren Eltern geflohen sind, verbringen viele Monate in Unterkünften für Geflüchtete. Wie erleben die Jüngsten im Alter von bis zu sechs Jahren dort ihren Alltag? Ein Forschungsprojekt hat dies untersucht.

Zwölf Kinder in vier Berliner Unterkünften standen über einen Zeitraum von zwei Jahren im Mittelpunkt der wissenschaftlichen Untersuchung. Forscherteams nahmen Kontakt auf, interviewten Eltern, Kinder sowie Mitarbeitende und begleiteten die Jüngsten in ihrem Alltag. So entstand ein facettenreiches Bild, das die Herausforderungen in den Unterkünften wie räumliche Enge, eingeschränkten Schutz und Mangel an Raum zum Spielen, aber auch kreative Bewältigungsstrategien der Kinder zeigt. Die Erfahrung, dass das Leben im Ausnahmezustand die Eltern zermürbt und deren Handlungsfähigkeit beeinträchtigt – vor allem bei unsicherem oder bedrohtem Aufenthaltsstatus –, stellte sich als zusätzliche, gravierende Belastung für die jüngsten Familienmitglieder heraus.

„Ich will ein echtes Haus“ lautet der Titel der Abschlusspräsentation. Er drückt den Wunsch eines Kindes nach einer Normalität aus, die es vor der Flucht und vor dem Krieg gegeben hat.





.. FÜR KÖLN & BONN

Die Spendenplattform für soziale Projekte.
www.gut-für-köln-und-bonn.de

Jetzt online
spenden!

Eine Initiative von

betterplace.org



und



Sparkasse
KölnBonn



ERLÖS AUS DER ZUSCHLAGSMARKE FÜR DIE JUGEND

650.302,48 €*

VERFÜGBARE MITTEL 2017

8.176.307,88 €

Der Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V. standen im Berichtsjahr 2017 folgende Mittel zur Finanzierung ihrer Aufgaben zur Verfügung (davon bestehende Verpflichtungen aus Vorjahren 1.804.032,75 €):

7.078.481,12 €

Übertrag Bestand

650.302,48 €

Zuschlagerlöse*

174.432,73 €

Rückflüsse Förderungen

45.732,30 €

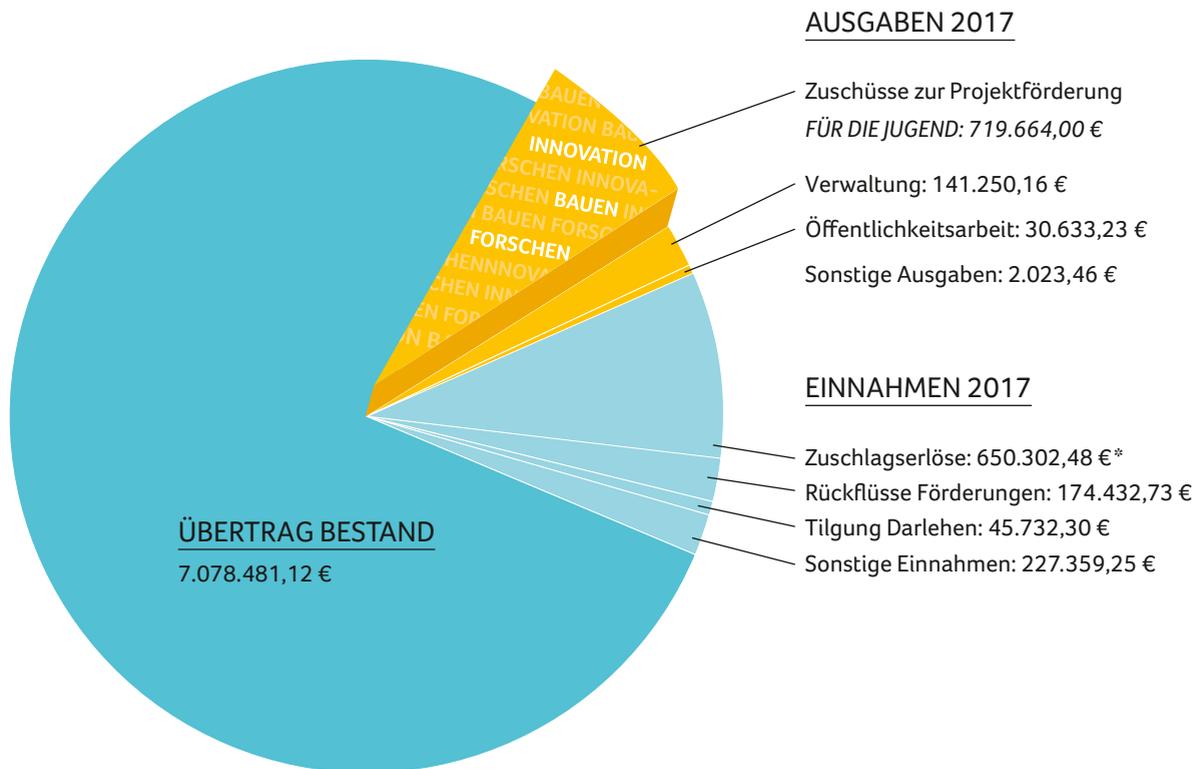
Tilgung Darlehen

227.359,25 €

Sonstige Einnahmen

*Berücksichtigt sind die Abschläge bis einschließlich September 2017.

EINNAHMEN UND AUSGABEN 2017



* Berücksichtigt sind die Abschläge bis einschließlich September 2017.

MITGLIEDER UND IHRE VERTRETUNGEN

VORSTAND

BUNDESMINISTERIN FÜR FAMILIE,
SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND
Dr. Franziska Giffey

als ständiger Vertreter:

Thomas Thomer

Leiter der Unterabteilung 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
Kirstin Fissan, Leiterin der Abteilung Jugend
und Familie, Landesjugendamt
*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
Bruno Pfeifle, *Deutscher Städtetag*

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

BUNDESVEREINIGUNG KULTURELLE KINDER-
UND JUGENDBILDUNG e.V.

Tom Braun, Geschäftsführer
Küppelstein 34, 42857 Remscheid

DEUTSCHER BUNDESJUGENDRING e.V.

Clara Wengert, Geschäftsführerin
Mühlendamm 3, 10178 Berlin

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

REDAKTION UND GESTALTUNG

neues handeln GmbH, Köln

BILDNACHWEIS

Titel, S. 2, S. 9, S. 10:

Augsburger Puppenkiste®

fotolia.de

Marionetten mit freundlicher Genehmigung der
Autoren- und Verlagsagentur (AVA), München,
Herder Verlag, Freiburg, und Josef Lada, Prag
Gestaltung Postwertzeichen und
Ersttagsstempel: Professorin Anna Berkenbusch
und Christian Gralingen, Berlin

S. 3: Bundesregierung/Jesco Denzel

S. 5: shutterstock.de/Lopolo

S. 6: shutterstock.de/PatrickFoto

shutterstock.de/Rawpixel.com

shutterstock.de/Photomaxx

S. 13: Jugendakademie Walberberg

S. 14: shutterstock.de/PJStock



STIFTUNG DEUTSCHE
JUGENDMARKE e. V.

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