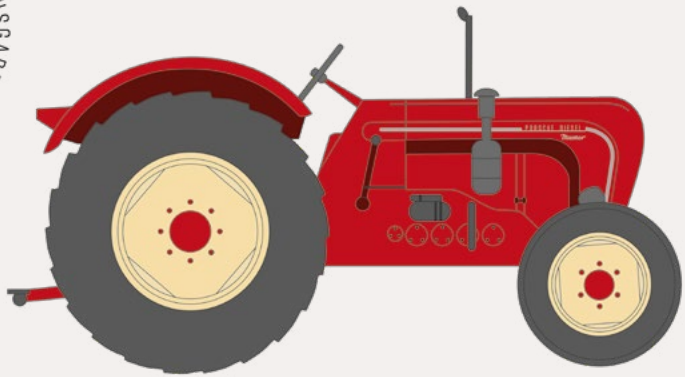
STIFTUNG DEUTSCHE
JUGENDMARKE e.V.

JAHRESBERICHT **2021**



Gutes tun
Mit Briefmarken helfen

Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V.

JAHRESBERICHT **2021**

Besuchen Sie unseren Shop
Jugendmarken, Ersttagsbriefe und Erinnerungskarten einfach online bestellen.

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

Gutes tun Mit Briefmarken helfen

STIFTUNG DEUTSCHE **JUGENDMARKE e.V.**

VORWORT

Die Jugendmarken 2021 bringen echte Kraftpakete auf den Postweg: ein Bergmann Gaggenau, ein Lanz HP Knicklenker und ein Porsche Diesel Master. Die drei Traktoren waren Wegbereiter der modernen Landwirtschaft und stehen für technologische Innovationen ihrer Epoche.

Umso schöner ist es, dass sie als Jugendmarken heute ebenso kraftvoll dazu beitragen, junge Menschen und unsere Gesellschaft insgesamt nach vorne zu bringen: Mit einem „Plus“ von wenigen Cent fördert die Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V. viele Initiativen zum Wohle von Kindern und Jugendlichen. Erst recht in der Pandemie brauchen junge Menschen Rückenwind, wenn sie Jugendclubs, Beratungsbüros und andere Anlaufstellen nur eingeschränkt nutzen können.

Die Stiftung Deutsche Jugendmarke reagiert darauf mit Ausdauer und Kreativität und investierte bis heute rund 200 Millionen Euro in Projekte, Bauvorhaben und in Forschung zugunsten Jugendlicher. Dafür danke ich herzlich allen Käuferinnen und Käufern der Jugendmarken, die sich mit diesem „Plus“ für junge Menschen in unserem Land einsetzen.

Weitere Informationen zur Stiftungsarbeit und einen Beitrag des Direktors des AUTO & TRAKTOR MUSEUMS am Bodensee, das auch die drei Oldtimer beheimatet, finden Sie in diesem Jahresbericht. Viel Spaß!

Mit freundlichen Grüßen

Thomas Thomer
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Amtierender Vorsitzender

Profil

EINSATZ FÜR DIE JUGEND

Briefmarken kaufen und Gutes tun – so einfach ist es, sich für die Belange von Kindern und Jugendlichen einzusetzen. 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 den Förderschwerpunkt auf Vorhaben, die einen zukunftsweisenden Charakter haben und neue Wege in der Kinder- und Jugendhilfe ermöglichen. Die Auswahl 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 dort 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 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 sowie 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

Canvas City: Ein OER-Bildungsprojekt zu Fragen der digitalisierten Gesellschaft

basa e. V. - Bildungsstätte Alte Schule Anspach, Neu-Anspach

Fördersumme: 148.000 Euro

Die Grundsteine für die Digitale Gesellschaft sind gelegt, doch deren Ausgestaltung ist noch weitestgehend offen. Das führte zu der Idee, ein Spiel zu entwickeln, das den Einfluss von Algorithmen interaktiv und direkt erfahrbar macht.

Augmented Reality (AR) versetzt zeitgleich bis zu 30 sich physisch am selben Ort aufhaltende Spielerinnen und Spieler in die Lebenswelt digitalisierter Städte und Dörfer. Dort sind sie Datenarbeiter*innen, die fähig sind, die AR zu vermessen und zu gestalten. Im Laufe des Spiels beginnen die Spielenden, um die Daten zu konkurrieren. Sie erleben, dass jede Handlung Auswirkungen für alle hat. Gemeinsam müssen sie vertretbare Lösungen für Konflikte und Zwickmühlen finden. Dabei geht es nicht darum zu gewinnen, sondern darum, künstliche Intelligenz und die damit verknüpften gesellschaftspolitischen Fragestellungen zu erleben und auszutarieren.

Canvas City wird als Spiel in der außerschulischen Bildung angeboten und ist in ein zweitägiges Seminar mit verschiedenen Workshops eingebettet. So werden die im Spiel gemachten Erfahrungen um aktuelle gesellschaftliche und technologische Dimensionen erweitert.

www.gocanvas.city

BEREITGESTELLTE MITTEL **2021**

Mit dem Erlös der Jugendmarken werden wegweisende Projekte und Baumaßnahmen für Kinder und Jugendliche gefördert.

Im Jahr 2021 wurden rund 525.000 Euro bereitgestellt.

1. **Die WIR!Filialen – Zukunft verhandeln**

Verein zur Förderung der interkulturellen Jugendarbeit e. V. /S27 – Kunst und Bildung, Berlin
Die Erlebnisse der letzten Monate verunsichern und rütteln auf. Es stellen sich Zukunftsfragen: Was wollen wir? Wie sollen wir leben? Was verleiht Ideen Kraft?

Zusammen mit der Initiative Happy locals und dem urban dialogues e. V. werden drei WIR!FILIALEN gegründet. Als künstlerisch-kreative Zukunftslabore bilden sie ein über alltägliche Erfahrungsräume in urbanen und ländlichen Gegenden reichendes Netzwerk. In ihm erleben sich jugendliche Zukunftsforscher als miteinander verbunden und wirkungsvoll. Gemeinsam erarbeiten sie Ideen und entwickeln Projekte für eine Gesellschaft, die Antworten auf veränderte Umweltbedingungen sowie auf aktuelle politische und gesellschaftliche Entwicklungen hat. Eingebettet in Begegnungen mit Gastspezialist*innen, politischen Akteur*innen und Künstler*innen werden die Antworten erprobt, eine gemeinsame Zukunftscharta entwickelt und nach draußen gebracht.

Das internationale Jugendkulturhaus S27 steht für neue Formate der künstlerischen und ästhetischen Bildung. Die WIR!FILIALEN als Forschungslabore für Zukunftsmacher und Visionärinnen laden zur Gründung neuer, emanzipierter Jugendläden im ganzen Land ein.
160.000 Euro

2. **InGame – Medienbildung inklusiv mit digitalen Spielen**
Technische Hochschule Köln, Institut für Medienforschung und Medienpädagogik, Köln
Die Popularität digitaler Spiele wächst rasant. Internationale Turniere ziehen Millionen Zuschauer in den Bann und erste Vereine der Fußballbundesliga haben schon E-Sport-Teams.
Soziale und interaktive Elemente, Koordination, Teamleistungen, Konzentration und Schnelligkeit: Gaming-Events sind mehr als mit Tastatur und Maus ausgetragene Wettkämpfe. Über sie kommen insbesondere junge Menschen in Kontakt, schließen sich in Teams zusammen, tauschen sich über das Spiel, die Spielkultur und über Persönliches aus.

Die hohe sozial-integrative und jugendkulturelle Bedeutung kann zur Inklusion junger Menschen mit Behinderungen beitragen. Doch welche Erfahrungen machen diese in digitalen Spielewelten? Welche Barrieren gibt es? Diesen bislang wenig erforschten Fragen widmet sich die Studie. Daran anknüpfend werden inklusive Bildungsszenarien und Leitlinien für die medienpädagogische Arbeit entwickelt, die kostenfrei online publiziert werden.
198.256,55 Euro

3. **Beteiligung von Kindern und Jugendlichen in den Darstellenden Künsten**
ASSITEJ e. V. – Kinder- und Jugendtheaterzentrum in der Bundesrepublik Deutschland, Frankfurt am Main
Bislang dürfen Kinder und Jugendliche bei der Auswahl von Stücken, bei der Programmgestaltung oder in den fachlichen Diskussionen des Theaters für junges Publikum kaum mitreden. Das soll sich ändern, indem Beteiligung ermöglicht und systematisch ausgebaut wird. Der Jugendstrategie der Bundesregierung und der EU folgend, werden sich die Kinder- und Jugendtheater weiter der direkten und sichtbaren Mitwirkung öffnen.

Als Experten ihrer Lebensrealität werden Jungen und Mädchen in die Vorbereitung und Durchführung des Festivals AUGENBLICK MAL! und des Frankfurter Forums Junges Theater eingebunden. Damit sie auf Dauer in Fachdiskursen vertreten sein werden, wird ein bundesweites „Netzwerk Jugendbeteiligung im Theater“ gegründet.

Das KJTZ ist ein international anerkanntes Fachzentrum. Es gibt wichtige Impulse zur Entwicklung der künstlerischen und pädagogischen Praxis des Theaters für junges Publikum. Das im Rahmen des Projekts initiierte Netzwerk zur Jugendbeteiligung am Theater wird nach Projektabschluss fortgeführt.
165.500 Euro

Sie möchten mit einer Spende unterstützen oder einen Förderantrag stellen? Dann besuchen Sie www.jugendmarke.de

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

AUSBLICK

JAHRESMOTIVE 2022

Die Jugendmarken 2022 zeigen Amphibien: Einen Bergmolch, einen Laubfrosch und einen Feuersalamander. Der Ausgabetag ist der 4. August 2022.

DREI FRAGEN AN ...

... Dr. Gerhard Schumacher
Inhaber des AUTO & TRAKTOR MUSEUM am Bodensee, der das über 350 Fahrzeuge umfassende Museum allein und aus privaten Mitteln aufgebaut hat.

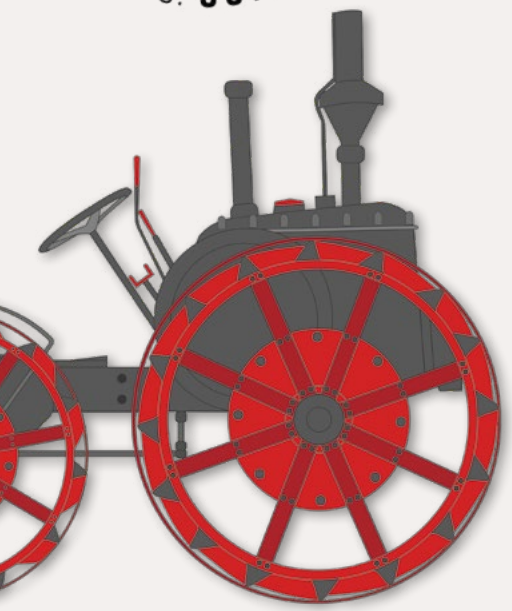
Was fasziniert Sie an Traktoren?
Meine Liebe zum Traktor begleitet mich seit der Kindheit. Schon als junger Kerl habe ich mich gerne mit der Technik auseinandergesetzt und mit Reparaturen mein Taschengeld aufgebessert.

Landwirtschaft bedeutete um 1800 harte körperliche Arbeit, unterstützt durch Pferd und Ochse. Ende des 19. Jahrhunderts setzte sich die Dampfmaschine durch, bis die Motorisierung 100 Jahre später eine neue Ära einleitete. Heute hat der Landwirt in der Fahrerkabine drei Monitore, viele Knöpfe und Hebel; der Traktor fährt mit GPS genau und selbstständig. Auch in der Landwirtschaft findet heute viel Arbeit vor Bildschirmen statt.

Wie wird aus einem Scheunenfund ein Exponat Ihrer Sammlung?
Oft steht das Fahrzeug vergessen in einer Garage, einer Scheune oder sogar irgendwo verwahrlost in einem Graben. So zum Beispiel unsere Stock Raupe (Baujahr 1929), die wir in Australien in einem Graben eines Flussbetts gefunden haben. Nach einer spannenden Reise nach Deutschland wurde das Gefährt dann zerlegt, der Motor fachmännisch gerichtet und sogar ein Originalvergaser wurde auf dem Teilemarkt gefunden. Manchmal erwerben wir Traktoren auch in Einzelteilen. Der Lanz Eilbulldog kam verpackt in zehn Gitterboxen zu uns. Nach mühevoller Arbeit unserer Spezialisten steht er heute in unserer Ausstellung, äußerlich alt – aber mit perfekter Technik.

Waren Sie überrascht, Traktoren als Motive auf Jugendmarken vorzufinden?
Bei so viel spannender Geschichte, die in diesen Fahrzeugen steckt und heute noch Jung und Alt fasziniert, war meine Freude größer als meine Überraschung, dieses Motiv auf den Jugendmarken vorzufinden.

JUGENDMARKE 2021



Gestaltung des Postwertzeichens und der Ersttagsstempel:
Nadine Nill (tchin tchin), Mössingen;
Motive: Porsche Diesel Master
© Salzgitter AG – Konzernarchiv
Bergmann Gaggenau © Mercedes-Benz Classic
Lanz HP Knicklenker © John Deere GmbH & Co. KG

Text:
Hubert Flaig, Geschäftsführer Bundesverband Historische Landtechnik Deutschland e.V., Stuttgart

Plusmarken FÜR DIE JUGEND
Historische Nutzfahrzeuge

Von 1957 bis 1963 stellte die Porsche-Diesel Motorenbau GmbH in Manzell am Bodensee rund 120.000 Traktoren mit Dieselmotoren her. Die kurze, aber sehr erfolgreiche Produktion basierte auf Modellen der Allgaier Werke GmbH, Uhingen. Als Allgaier 1956 die Traktorenproduktion einstellte, übernahm die Mannesmann AG nahtlos die Fertigung und vermarktete die Traktoren als „Porsche Diesel“ mit dem Zusatz „Junior“, „Standard“, „Super“ und „Master“ mit Motoren von einem bis vier Zylindern. Der **Porsche Diesel „Master“**, der von 1958 bis 1963 gebaut wurde, hatte einen 4-Zylinder-Wirbelkammer-Diesel-Motor, der über eine Nennleistung von 50 PS verfügte.

Der 1906 gebaute **Bergmann** wurde 1988 in einer Scheune in Bayern entdeckt. Eine Flachriemenscheibe zum Antrieb eines Mähwerks und ein Zugmaul wiesen den Scheunenfund als Traktor aus. Der Rahmen und der große 4-Zylinder-Motor der Firma Benz mit 6,8 Liter Hubraum stammen aus der Pkw-Fertigung der Bergmann-Industriewerke Gaggenau. Er verfügt über eine Leistung von 30 PS, die ein Getriebe mit drei Vorwärtsgängen und einem Rückwärtsgang über zwei Rollenketten auf die Hinterachse überträgt. Damit nahm Bergmann die Entwicklung von Kleintraktoren vorweg und war seiner Zeit weit voraus.

1923 stellte die Heinrich Lanz AG in Mannheim den **Lanz HP Knicklenker** vor. Ein mittiges Gelenk verbindet den vorderen mit dem hinteren Fahrzeugteil, sodass beim Lenken beide Einheiten zueinander abknicken. Sowohl der Allradantrieb als auch das Lenkprinzip waren damals revolutionär und kommen bis heute beim Bau von Großtraktoren und Baumaschinen zur Anwendung. Sein Glühkopf-Motor mit einem Zylinder und 6,2 Litern Hubraum leistet 12 PS bei nur 420 U/min, ein Schaltgetriebe ist nicht vorhanden. Zum Rückwärtsfahren muss die Laufrichtung des Motors durch Pendeln des Schwungrads geändert werden.

VERSANDKOSTEN

Brief: 1,50 Euro
Brief EU: 3,70 Euro
Versandkosten außerhalb Europas bitte anfragen

PRODUKT	ANZAHL	PREIS
ERSTTAGSBRIEFE 2021		
Ersttagsstempel: Bonn		7,30 Euro
Ersttagsstempel: Berlin		7,30 Euro
ERINNERUNGSKARTEN 2021		
Ersttagsstempel: Bonn		7,30 Euro
Ersttagsstempel: Berlin		7,30 Euro
MARKENSATZ 2021		4,70 Euro
EINZELMARKEN 2021		
„Porsche Diesel Master 1958“		1,20 Euro
„Bergmann Gaggenau 1906“		1,40 Euro
„Lanz HP Knicklenker 1923“		2,10 Euro

Ab 50 Euro Bestellwert zzgl. 2,20 Euro für Einschreiben

BESTELLUNG

Nutzen Sie die Bestellkarte oder besuchen Sie 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.

E-Mail:
Telefon:
Anschrift:
Name:

VERSANDKOSTEN

Brief: 1,50 Euro
Brief EU: 3,70 Euro
Ab 50 Euro Bestellwert zzgl. 2,20 Euro für Einschreiben
Versandkosten außerhalb Europas bitte anfragen

STIFTUNG DEUTSCHE
JUGENDMARKE e.V.
Bitte ausreichend frankieren

AN

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

Förderschwerpunkt

BAUEN FÜR DIE JUGEND

Ausstattung des neuen jfc Medienzentrums

jfc Medienzentrum e. V., Köln

Fördersumme: 120.000 Euro

Mediale Kommunikation, digitale Transformation und virtuelle Welten – rasend schnell verändert sich das Leben.

Interaktionsmuster, soziale, politische und ökonomische Rahmenbedingungen sind in Bewegung – ständig stellen sich neue Fragen und immer ist Neues zu erkunden. Im Kölner jfc Medienzentrum gibt es dafür jetzt in einem hellen Neubau viel Platz. Ein multimedialer Lernraum, ein Audio- und Video-Medienstudio, ein 3D-Drucker sowie modulare Lernpfade bieten Mädchen, Jungen und pädagogischen Fachkräften aus ganz Deutschland spannende Experimentierfelder.

Einer der interaktiven Lernparcours führt zum Themenfeld Big Data Analysis. Der Spur der Daten folgend, werden Chancen zur Vernetzung, Potenziale für die Bildung, die Wissenschaft und die Ökonomie ins Visier genommen. Dabei werden die Risiken der dichten Vermessung menschlichen Verhaltens und der Welt nicht ausgespart.

Die kreative, kritische und künstlerische Auseinandersetzung steht auch bei den Vorträgen und Fortbildungen für Fachkräfte aus der Kinder- und Jugendarbeit im Mittelpunkt.

www.jfc.info

Förderschwerpunkt

FORSCHEN FÜR DIE JUGEND

Vormundschaft im Wandel

Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e. V., Frankfurt

Fördersumme: 199.000 Euro

Wenn Eltern die Sorge für ihr Kind durch das Familiengericht entzogen wird, übernehmen gesetzliche Vertreter die Personen- und Vermögenssorge Minderjähriger. Er bzw. sie hat die Aufgabe, an der Seite des Kindes zu stehen, dessen Interessen zu vertreten und es an allen wichtigen Entscheidungen zu beteiligen.

Obwohl die Beziehungs- und die Erziehungsaspekte wesentliche Rollen spielen, sind diese in Bezug auf Vormundschaften bislang wenig erforscht. Die Forschungsfragen der geförderten Studie nehmen die Dynamiken der Kontakt- und Beziehungsgestaltung in den Blick und untersuchen die Beteiligungsmöglichkeiten. Dafür wurden der wechselseitige Bezug, die Ausgestaltung der Kontakte und die Entscheidungsprozesse erforscht: Wer oder was ist der Fixpunkt in der Beziehung? Wie kann die Beteiligungsintensität der Mündel skaliert und gesteigert werden? Welche Rolle spielt der Umgang mit der Herkunftsfamilie?

Die Ergebnisse der Studie münden in den Fachdiskurs und erweitern das Forschungsfeld.

www.iss-ffm.de

ERLÖS AUS DER ZUSCHLAGSMARKE *FÜR DIE JUGEND*

705.290,63 € *

VERFÜGBARE MITTEL **2021**

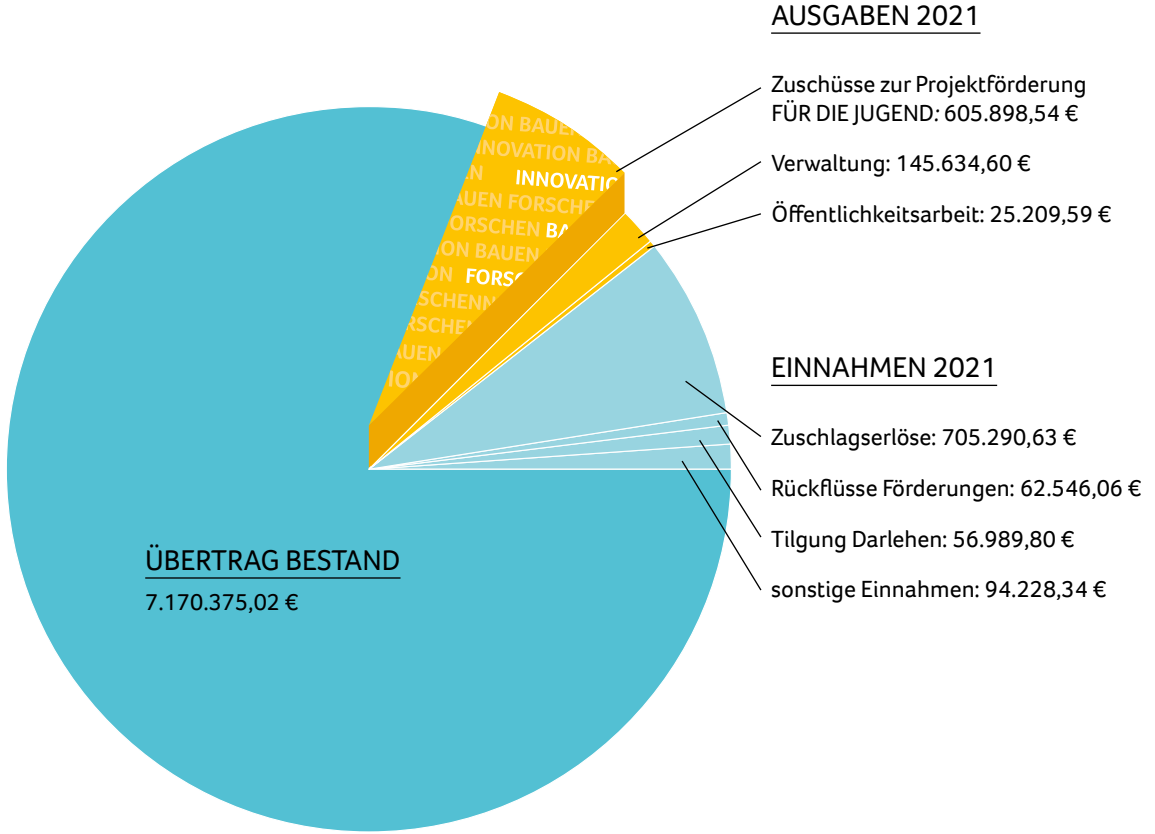
8.089.429,85 €

Der Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V. standen im Berichtsjahr 2021 folgende Mittel zur Finanzierung ihrer Aufgaben zur Verfügung (davon bestehende Verpflichtungen aus Vorjahren 1.507.260,64 €):

7.170.375,02 €	Übertrag Bestand
705.290,63 €	Zuschlagserlöse
56.989,80 €	Tilgung Darlehen
62.546,06 €	Rückflüsse Förderungen
94.228,34 €	sonstige Einnahmen

* Kassenwirksame Erlöse bis einschließlich: Oktober 2021.

EINNAHMEN UND AUSGABEN **2021**



MITGLIEDER UND IHRE VERTRETUNGEN

VORSTAND

BUNDESMINISTERIN FÜR FAMILIE,
SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND

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
Oranienburger Straße 13–14
10178 Berlin

WEITERE MITGLIEDER

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER OBERSTEN
LANDESJUGEND- UND FAMILIENBEHÖRDEN
Angela Lorenz, Leiterin des Referats Jugendpolitik,
Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport
Werner-Seelenbinder-Straße 7, 99096 Erfurt

BUNDESARBEITSGEMEINSCHAFT DER
LANDESJUGENDÄMTER
Birgit Westers, Jugend- und Schuldezernentin
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.
Bis April 2021: Clara Wengert, Geschäftsführerin
Ab August 2021: Kirstin Weis, Geschäftsführerin
Mühlendamm 3, 10178 Berlin

GESCHÄFTSFÜHRUNG
Ingrid Pfeiffer

FINANZEN
Monty Weber

SACHBEARBEITUNG
Carsten Lütz

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

IMPRESSUM

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

BILDNACHWEIS
Titel, S. 9, 10, 11:
Gestaltung des Postwertzeichens und der Ersttagsstempel:
Nadine Nill (tchin tchin), Mössingen;
Motive: Porsche Diesel Master
© Salzgitter AG – Konzernarchiv
Bergmann Gaggenau © Mercedes-Benz Classic
Lanz HP Knicklenker © John Deere GmbH & Co. KG

S. 2:+11: Oleksandr,
jenesesimre – stock.adobe.com
S. 3: Thomas Thomer
S. 5: Gorodenkoff – stock.adobe.com
S. 6: Martin Steffen, Luis Krummenacher
S. 8: G.Schumacher
S. 11: LoloStock – stock.adobe.com
S. 13: nadinepreiss.de
S. 14: iStock.com/T Turovska

STIFTUNG DEUTSCHE
JUGENDMARKE e.V.

KONTAKT

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

0228 95 9580
info@jugendmarke.de
www.jugendmarke.de