



Ein Zeichen für starke Pflege – gewidmet Agnes Karli



Handreichung Wohlfahrtsmarken 2026.



Inhalt:

Seite

Seit 1949 gibt es Wohlfahrtsmarken!	3
1. Wozu Wohlfahrtsmarken? – Nutzen, Zweck, Historie	4
2. Marken verkaufen – Helfer*in werden!	5
2.1. Wie und wo können Wohlfahrtsmarken erworben werden?	5
2.2. Steuerliche Absetzbarkeit	5
2.3. Hinweise zur Erlösverwendung	7
2.4. Tipps zum Verkauf	7
3. Motive und Preise	9
3.1. Wohlfahrtsmarken (2026)	9
3.2. Weihnachtsmarke (2025)	9
3.3. Abrechnungsbogen freiwillige Helfer*innen (2025)	10
3.4. Verwendungsübersicht der Zuschlagserlöse (2025)	11
Impressum	12

Seit 1949 gibt es Wohlfahrtsmarken!

Wer hätte bei der ersten Ausgabe dieser Sonderpostwertzeichen im Jahre 1949 damit gerechnet, dass dies der Beginn einer großartigen Erfolgsgeschichte sein könnte? Mehr als vier Milliarden Marken wurden seitdem auf Briefe und Postkarten geklebt, in Alben sortiert, unter Sammler*innenn getauscht, auf Auktionen versteigert. Das Alleinstellungsmerkmal der Wohlfahrtsmarken ist, dass durch ihren Kauf und Verkauf Menschen in besonderen Situationen geholfen wird: Das „Plus“ des „Porto mit Herz“ fließt unmittelbar in die soziale Arbeit von Arbeiterwohlfahrt, Caritas, Diakonie, DRK, Parität und der Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland.

Es ist das gemeinsame Anliegen aller Verbände, die soziale Not durch ihre handfeste, tägliche Arbeit zu lindern. Zu dieser gemeinsamen Vision passt die gemeinsame Wohlfahrtsmarke.

So vielfältig wie die Themenbereiche, aus denen die Motive der Sonderpostwertzeichen „Für die Wohlfahrtspflege“ stammen, so vielfältig sind die Einsatzfelder, in denen mit den Erlösen aus dem Verkauf der Marken Menschen in besonderen Lebenslagen Hilfe und Unterstützung finden. So gehören u. a. die Gesundheitshilfe, die Kinder-, Jugend-, Familien- und Altenhilfe sowie die Hilfen für Menschen mit Behinderungen genauso wie die große neue Aufgabe der gesellschaftlichen Integration zu den Haupteinsatzgebieten der Wohlfahrtsverbände – vor allem immer dann, wenn staatliche Hilfen nicht oder nicht ausreichend vorhanden sind. Haupt- und Ehrenamtliche arbeiten dabei Hand in Hand.

Wohlfahrtsmarke 2026: Ein Zeichen für starke Pflege – gewidmet Agnes Karll



Mit der Wohlfahrtsmarke 2026 wird eine Persönlichkeit gewürdigt, deren Wirken bis heute prägend ist: Agnes Karll (1868–1927), eine der wichtigsten Reformatoren der modernen Krankenpflege. Sie setzte sich früh für bessere Arbeitsbedingungen, eine qualifizierte dreijährige Ausbildung, soziale Absicherung und berufliche Anerkennung von Pflegekräften ein.

Ihr Engagement legte den Grundstein für eine professionelle Pflege – und damit für Werte, die auch die AWO seit über 100 Jahren prägt: Verlässlichkeit, Fachlichkeit, Respekt und Solidarität im Pflege- und Gesundheitsbereich.

Die Wohlfahrtsmarke stellt damit nicht nur eine historische Persönlichkeit in den Mittelpunkt, sondern rückt einen gesamten Fachbereich ins Licht: die professionelle Pflege, deren Bedeutung für die Wohlfahrtspflege unbestritten ist. Der Name Agnes Karll steht heute in vielen Einrichtungen und Verbänden der Wohlfahrtspflege beispielhaft für Engagement, Modernisierung und Qualität in der Pflege.

Durch den Verkauf der Wohlfahrtsmarken werden unmittelbar soziale Angebote der sechs Verbände unterstützt. Jede Marke trägt dazu bei, wichtige Leistungen der Wohlfahrtspflege zu sichern – und zugleich eine Frau zu würdigen, deren Einsatz für die Pflege bis heute nachwirkt.

1. | Wozu Wohlfahrtsmarken? – Nutzen, Zweck, Historie

Der Erlös aus dem Verkauf der Sonderpostwertzeichen fließt in die wichtige soziale Arbeit der AWO und der fünf anderen Verbände der freien Wohlfahrtspflege. Schirmherr des Sozialwerks Wohlfahrtsmarken ist traditionell der amtierende Bundespräsident.

Jedes Jahr werden Menschen, die sich in besonderer Weise für die Wohlfahrtsmarken einsetzen, beim jährlichen Fest im Schloss Bellevue durch den Bundespräsidenten geehrt.

Seit über 70 Jahren werden durch die Wohlfahrtsverbände der BAGFW Wohlfahrtsmarken (WOM) verkauft. Das grundsätzlich positive Image der Wohlfahrtsmarken, die Unterstützung durch den Bundespräsidenten als Schirmherrn, das Bundesfinanzministerium (BMF), den Bund Deutscher Philatelisten und das Potential der verbandseigenen Strukturen der Wohlfahrtsverbände als Vertriebsstellen soll unterstützend beim Absatz der Marken helfen.

Der Eigenvertrieb der Wohlfahrtsverbände der BAGFW ist nach wie vor das Alleinstellungsmerkmal unter allen Zuschlagsempfänger*innen und stärkt die Position der Wohlfahrtsmarke beim BMF.

Alle AWO-Gliederungen und Einrichtungen können das ganze Jahr über Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken zum Portowert (zuschlagsfrei) beim AWO Bundesverband erwerben. Beim Weiterverkauf der Marken mit Zuschlag an Dritte können Mittel generiert werden. Der Erlös aus dem Verkauf der Marken kann von den Gliederungen und Einrichtungen für ihre wichtige soziale Arbeit vor Ort eingesetzt werden. Dabei kann jede*r WOM-Verkäufer*in selbst entscheiden, für welche Aufgabe bzw. welches Projekt innerhalb der AWO die Zuschlagserlöse eingesetzt werden sollen. Vielen AWO-Einrichtungen und Gliederungen ist bislang nicht bekannt, dass die Zuschlagserlöse „vor Ort“ verbleiben.

2. | Marken verkaufen – Helfer*in werden!

2.1. Wie und wo können Wohlfahrtsmarken erworben werden?

Die Marken können beim AWO Bundesverband (werbung@awo.org) als jährliche Sammelbestellung oder als Einzelbestellung erworben werden. Es wird jährlich der Bedarf in allen Gliederungen abgefragt.

Die Bestellungen werden dann an die Gliederungen versendet. Die Mitgliedsorganisationen der AWO bezahlen ihre Wohlfahrtsmarken beim Bundesverband.

Die Abgabe der Marken an die Gliederungen bzw. die freiwilligen Helfer*innen erfolgt ohne Zuschläge. Beim Weiterkauf der Marken durch die jeweiligen freiwilligen Helfer*innen wird der entsprechende Zuschlag erhoben und fließt in regionale Projekte ein. Nach dem Verkauf sind dem AWO Bundesverband e. V. die ausgefüllten Formulare „Abrechnungsbogen für freiwillige Helfer*innen“ (Formular 1) und „Verwendungsübersicht der Erlöse“ (Formular 2) zu übersenden.

Alle Formulare, Bestellübersichten, Plakate, Anzeigen etc. können über den AWO Bundesverband bestellt werden. Diese sind auch zu jeder Zeit unter wohlfahrtsmarken.awo.org abzurufen.

Beim Verkauf gelten die nachfolgenden Vertriebsbedingungen der BAGFW (S. 6).

2.2. Steuerliche Absetzbarkeit

Alle Briefmarken mit dem Aufdruck „Deutschland“ – also auch die Wohlfahrtsmarken – sind nach den Bestimmungen des Umsatzsteuergesetzes steuerbefreit. Das heißt, der Umsatzsteuersatz beträgt 0 %. Beim Verkauf bzw. auf der Rechnung wird daher auch keine Umsatzsteuer ausgewiesen und somit auch kein Betrag an das Finanzamt abgeführt.

Betriebe und freiberuflich Tätige können die vollen Aufwendungen für Wohlfahrtsmarken (Porto und Zuschlagswert) als Betriebsausgabe absetzen.

Dagegen hat der Bundesfinanzhof mit Urteil vom 13.06.1969 entschieden, dass für die Zuschlagsbeiträge verkaufter Wohlfahrtsmarken keine Zuwendungsbestätigungen ausgestellt werden dürfen.

Vertriebsbedingungen und verbindliche Richtlinien für den Verkauf von Wohlfahrtsmarken

Der Vertrieb von Wohlfahrts- und Weihnachtswerten darf seit 15.10.1987 nur über legitimierte Vertriebsstellen und nur zum vollen Porto- und Zuschlagswert erfolgen.

Vertriebsstellen sind zum Vertrieb von Wohlfahrtsmarken an Letzterverbraucher beauftragte Stellen eines Spitzenverbandes der Freien Wohlfahrtspflege (jeder Ebene) oder seiner Gliederungen und Einrichtungen.

Legitimiert werden die Vertriebsstellen durch Abgabe einer Verpflichtungserklärung an ihren Spitzenverband oder eine von diesem bestimmte Verteilerstelle und durch Empfang der vom Spitzenverband/von der Verteilerstelle bestätigten Durchschrift dieser Verpflichtungserklärung. Vertriebsstellen ohne diese Legitimation dürfen weder Wohlfahrtsmarken selbst verkaufen noch durch Freiwillige Helfer verkaufen lassen.

Der Spitzenverband bzw. die von ihm beauftragte Verteilerstelle hat alle von ihm aufgrund der Verpflichtungserklärung erteilten Legitimationen aufzubewahren.

Verteilerstellen sind selbst keine Vertriebsstellen, soweit sie Wohlfahrtsmarken nur an Vertriebsstellen weiterleiten, also nicht an Endverbraucher verkaufen. Verteilerstellen sind, soweit der Spitzenverband nicht selbst Verteilerstelle ist, beim Spitzenverband ebenfalls in einer Verteilerliste zu führen und von ihm zu verpflichten, die Weitergabe von Wohlfahrtsmarken an Vertriebsstellen nur gegen Verpflichtungserklärung vorzunehmen.

Freiwillige Helfer können Wohlfahrtsmarken nur im Namen und im Auftrag einer legitimierten Vertriebsstelle verkaufen und sind vor Aushändigung der Marken durch Unterschrift auf die gleichen Vertriebsbedingungen zu verpflichten wie die Vertriebsstellen selbst. Diese Verpflichtungs-erklärungen sind bei der Vertriebsstelle aufzubewahren.

Verbände, die anstelle der von der Bundesarbeitsgemeinschaft angebotenen Vordrucke verbands-eigene Formulare benutzen (z. B. EDV), dürfen keine inhaltlich abweichenden Texte verwenden und nicht auf die erforderliche Vollständigkeit der Unterschriften verzichten.

1. Rabatte, Ermäßigungen oder Zuschläge sind nicht gestattet.
2. Wohlfahrtsmarken dürfen nur zum aufgedruckten Wert verkauft werden.

2.3. Hinweise zur Erlösverwendung

Einrichtungen und freiwillige Helfer*innen, die Wohlfahrtsmarken verkaufen, können den Erlös aus dem Verkauf von Wohlfahrtsmarken für soziale Projekte der AWO verwenden. Helfen Sie mit und unterstützen Sie vor Ort die Soziale Arbeit der AWO, indem Sie Wohlfahrtsmarken verkaufen – zum Beispiel auf dem Stadtfest, beim Bücherbasar oder beim Tag der offenen Tür Ihrer Einrichtung. Sprechen Sie auch Ihren Freundes- oder Bekanntenkreis an, um gemeinsam ein konkretes Projekt zu unterstützen. Das kann die neue Hüpfburg für die Kita um die Ecke sein oder die Kosten für einen Ausflug der örtlichen Senioreneinrichtung. Aus den Erlösen werden alle Bereiche gefördert, in denen die Wohlfahrtsverbände aktiv sind. Schwerpunkte sind die Jugend-, Alten- und Behindertenhilfe, die Gesundheits- und Familienhilfe sowie soziale Maßnahmen für Arbeitssuchende, Geflüchtete und Suchtkranke.

2.4. Tipps zum Verkauf

Mögliche Käufer*innen von Wohlfahrtsmarken können unter anderem sein:

- > AWO-Geschäftspartner*innen
- > regionale Unternehmen, ärztliches Fachpersonal, Notar*innen, Steuerberater*innen
- > Abgeordnete
- > Schulen, AWO-Einrichtungen
- > Angehörige / Kunden und Kundinnen der AWO-Einrichtungen
- > „Familien-Post“ (Senior*innen, Enkelkinder)
- > Tourist*innen (Buchläden, Touristen-Shop)
- > Briefmarkensammler*innen

Persönliche Kontakte nutzen!

Erzählen Sie Ihren Freund*innen, Bekannten und Nachbar*innen, dass Sie Wohlfahrtsmarken verkaufen. Auch heute müssen noch viele Rechnungen, wichtige Schriftstücke, Versicherungsunterlagen und selbst Werbung postalisch versendet werden. Sprechen Sie mit den Menschen, die trotz Internet noch viel Post verschicken, zum Beispiel Ärzte und Ärztinnen oder Jurist*innen. Denken Sie auch an Geschäfte und Firmen in der Umgebung.

Auskunftsfähig sein

Wenn Sie für ein konkretes Projekt sammeln – erzählen Sie den Käufer*innen der Wohlfahrtsmarken, warum Sie die Marken verkaufen und wer bzw. was mit der Spende gefördert wird. Beschreiben Sie, was durch den Erlös ermöglicht wird und dass kleine Beträge oft viel bewirken können.

Kostenlose Anzeigen

Der AWO Bundesverband bietet kostenlose Anzeigenmotive für Print- und Online-Medien an. Diese können für Verbandszeitschriften, Websites etc. genutzt werden.

Weitere Aktionsideen/-beispiele:

Wohlfahrtsmarken als Teil einer Crowdfunding-Kampagne

Eine Jugendgruppe möchte ihre Einrichtung renovieren. Das Streichen und die Reparaturarbeiten übernehmen sie selbst, aber es fehlen die Mittel für Farbe und Werkzeug. Sie starten eine Crowdfunding-Aktion über eine Internetplattform (z.B. [Startnext](#)). Für die dort üblichen Dankeschön-Geschenke stellen Sie ein kleines Briefset samt Wohlfahrtsmarken zusammen. Außerdem verkaufen Sie bei ihren Aktionen und Veranstaltungen Wohlfahrtsmarken.

Adventsfeiern, Weihnachtsmärkte, Adventskalender

Insbesondere bei den Weihnachtswohlfahrtsmarken bietet es sich an, diese auf Adventsfeiern zu verkaufen, auf Weihnachtsmärkten neben Weihnachtsklappkarten anzubieten oder sie in Adventskalendern zu verstecken.

Feste und Basare nutzen

Nutzen Sie jede Form von Festen, Aktionen, Basaren, Flohmärkten. Bieten Sie immer die Wohlfahrtsmarken an! Insbesondere Bücherbasare bieten sich laut den Berichten erfahrener Wohlfahrtsmarkenverkäufer*innen für den Verkauf an.

Wohlfahrtsmarken als Geschenk

Statt Blumen oder Pralinen können Sie Mitarbeiter*innen zu Geburtstagen oder Jubiläen Briefsets und dazu passend Wohlfahrtsmarken schenken.

Briefbastelaktion in Kinder- und Jugendeinrichtungen

Beim Tag der offenen Tür wird eine Brief-Aktion angeboten: Kinder und Erwachsene können am Stand Briefe an Verwandte/Freunde oder an ihre Lieblingsstars gestalten und vor Ort mit Wohlfahrtsmarken frankieren.

Fotoaktion: Selfies schießen und per Post verschicken

Starten Sie eine Fotoaktion: Gäste Ihrer Veranstaltung lassen sich vor einer riesigen Briefmarke, vor einem überdimensionierten Briefumschlag oder vor dem Maskottchen Ihrer Einrichtung fotografieren – oder fotografieren sich selbst („Selfies“). Die Fotos werden vor Ort ausgedruckt und können ganz klassisch sofort per Brief an Freunde und Verwandte versendet werden.

Schreib- und Kreativwettbewerbe

Führen Sie einen kleinen Schreib- oder Kreativwettbewerb durch: Die Teilnehmer*innen schreiben oder gestalten Beiträge zu bestimmten Themen (z. B. dem Thema der aktuellen Wohlfahrtsmarken). Bedingung: Die Einreichungen müssen mit Wohlfahrtsmarken frankiert werden.

Briefmarkenvereine

Briefmarkenvereine haben zwar selbst Schwierigkeiten, Nachwuchssammler*innen zu finden. Noch gibt es aber beim [Bund Deutscher Philatelisten \(BDPh\) e.V.](#) viele Mitglieder in ca. 1.250 Vereinen und Arbeitsgemeinschaften samt eigenem Jugendverband, der [Deutschen Philatelisten-Jugend](#). Bleiben Sie in Kontakt mit Ihnen und überlegen gemeinsame Aktionen!

3. | Motive und Preise

3.1. Wohlfahrtsmarken (2026)

Die Wohlfahrtsmarken werden umsatzsteuerfrei verkauft und kostenfrei geliefert. Privatpersonen und Einrichtungen, die nicht der AWO zugeordnet sind, zahlen bitte den Zuschlag. Die Wohlfahrtsmarken „Helferinnen und Helfer der Menschheit 2.0“ erscheinen im Februar 2026 mit folgenden Werten:

- > 95 + 40 Cent Motiv: „Agnes Karli“ (Standardbrief)
- > 110 + 45 Cent Motiv: „Ernst Jacob Christoffel“ (Kompaktbrief)
- > 180 + 55 Cent Motiv: „Eduard Zimmermann“ (Großbrief)

	000026BAG	Wohlfahrtsmarken „Agnes Karli“ (10 x 95 + 40 Cent)	Bogen	9,50
	000027BAG	Wohlfahrtsmarken „Ernst Jacob Christoffel“ (10 x 110 + 45 Cent)	Bogen	11,00
	000028BAG	Wohlfahrtsmarken „Eduard Zimmermann“ (10 x 1,80 + 55 Cent)	Bogen	18,00
	008580BAG	10er-Set „Agnes Karli“ selbstklebend (10 x 95 + 40 Cent)	Set	9,50
	005951BAG	100er-Boxen „Agnes Karli“ selbstklebend (100 x 95 + 40 Cent)	Box	95,00

3.2. Weihnachtsmarke (2025). Erschienen am 3. November 2025

	000024BAG	Weihnachtsmarke Kirchenfenster der Nicolaus- Gallus-Kapelle in Regensburg (10 x 95 + 40 Cent)		9,50
---	-----------	--	--	------

3.3. Formular 1

Abrechnungsbogen freiwillige Helfer*innen (2025)

Abrechnungsbogen für die freiwilligen Helfer*innen

Wohlfahrtsmarken 2025 „Obdachlosenhilfe, Suchthilfe, Erziehungshilfen“
und Weihnachtsmarke 2024

zugleich Teilnahmebogen für die „Dankeschön-Aktion“

Dieses Formular in jedem Fall ausfüllen und bis zum
31. März 2026 an Ihre Vertriebsstelle zurücksenden!

Name und Anschrift der Vertriebsstelle:

Freiwillige(r) Helfer(in):

Name _____
Vorname _____
Straße _____
PLZ/Ort _____

Vom 3.2.2025 bis 3.2.2026 habe ich Wohlfahrtsmarken der Serie „Obdachlosenhilfe, Suchthilfe, Erziehungs-hilfen“ und Weihnachtsmarke 2024 (einschließlich Markenheftchen) verkauft.

Diese hatten einen Zuschlagswert von insgesamt:

_____ €

Der Verkauf erfolgte zugunsten: (bitte entsprechend ankreuzen)	Projekt(e):
<input type="checkbox"/> Arbeiterwohlfahrt	
<input type="checkbox"/> Deutscher Caritasverband	
<input type="checkbox"/> Paritätischer Wohlfahrtsverband	
<input type="checkbox"/> Deutsches Rotes Kreuz	
<input type="checkbox"/> Diakonie Deutschland	
<input type="checkbox"/> Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland	

In der Abrechnung sind keine Wohlfahrts- und Weihnachtsmarken enthalten, die im Rahmen meiner dienstlichen Aufgaben verkauft worden sind. Für meine freiwillige Helfertätigkeit erhalte ich keinerlei Vergütung (wie Provision, Anteil am Zuschlags-erlös, verbilligte Zuschlags-marken, Verkaufsprämie). Alle Angaben habe ich nach bestem Wissen und Gewissen gemacht.

Haben Sie einen Zuschlagserlös von mindestens € 50,- erzielt, so können Sie an unserer Dankeschön-Aktion teilnehmen.
Die Teilnehmer erhalten eine persönliche Urkunde mit Wohlfahrtsmarke und Sonderstempel.

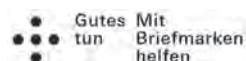
- Ja, ich nehme an der Dankeschön-Aktion teil.
 Nein, ich nehme nicht teil.

Ort, Datum

Unterschrift Freiwillige(r) Helfer(in)

Wir bestätigen die Richtigkeit der obigen Abrechnung. Dieser Betrag ist in unserer „Verwendungsübersicht der Zuschlagserlöse“ aufgenommen.

Stempel/Unterschrift Vertriebsstelle



3.4. Formular 2

Verwendungsübersicht der Zuschlagserlöse (2025)

Verwendungsübersicht der Zuschlagserlöse

Wohlfahrtsmarken 2025 „Obdachlosenhilfe, Suchthilfe, Erziehungshilfen“
und Weihnachtsmarke 2024

Deckblatt bitte umgehend an den Spitzenverband (Bundesebene) zurücksenden.
Rückmeldeschluss: 31. März 2026 (Poststempel).



Name des Spitzenverbandes:

Anschrift der Vertriebsstelle:

1. Wir erklären, dass wir an hauptberufliche und andere Mitarbeiter*innen unserer Organisationen sowie Außenstehende Wohlfahrtsmarken nur zum vollen Porto- und Zuschlagswert verkauft haben.
2. Wir haben in der Zeit vom Erstausgabetag 3. Februar 2025 bis 3. Februar 2026 durch eigene Verkäufe unserer Stelle (einschließlich der von unseren Freiwilligen Helfer*innen abgerechneten Verkäufe) die unter ausgewiesenen Zuschlagserlöse vereinnahmt. (An andere Dienst- oder Vertriebsstellen weitergegebene Wohlfahrtsmarken sind hierin nicht enthalten.) Mit einer Überprüfung sind wir einverstanden.
3. Die Zuschlagserlöse sind für folgende Zwecke verwendet worden bzw. bestimmt: (Diese Angaben sind wichtig, um die soziale Bedeutung der Wohlfahrtsmarken in der Öffentlichkeit darstellen zu können.)

€ Zuschlagserlöse

Kinder- und Jugendhilfe	_____	_____
Altenhilfe	_____	_____
Behindertenhilfe	_____	_____
Gesundheitshilfe	_____	_____
Familienhilfe	_____	_____
Aus- und Fortbildungsmaßnahmen	_____	_____
Hilfen für Arbeitssuchende	_____	_____
Hilfen für Geflüchtete, Um-, Aussiedler	_____	_____
Hilfen für Suchtkranke	_____	_____
Hilfen für Gefährdete	_____	_____
Internationale Hilfe	_____	_____
Allgemeine soziale Aufgaben	_____	_____
Weitergabe/Abgabe von Zuschlagserlösen für soziale Aufgaben an nach- und übergeordnete Verbände	_____	_____
Sonstige Hilfen	_____	_____

Gesamtsumme
Zuschlagserlöse €

Ort, Datum _____

Stempel/Unterschrift

Herausgeber

AWO Bundesverband e. V.
Blücherstraße 62 / 63
10961 Berlin
Telefon: (+49) 30 - 263 09 - 0
Fax: (+49) 30 - 263 09 - 325 99
E-Mail: info@awo.org
Internet: awo.org

Verantwortlich

Vorstand: Claudia Mandrysch, Dr. Marvin Deversi

Redaktion

Berit Gründler

Bestellungen Wohlfahrtsmarken

werbung@awo.org

Wohlfahrtsmarkenshop

<https://awo.org/service/shop/>

© AWO Bundesverband e. V., Berlin
Das Copyright für Texte und Bilder liegt, soweit nicht anders vermerkt, beim AWO Bundesverband e. V.
Abdruck, auch in Auszügen, nur mit ausdrücklicher vorheriger Zustimmung des AWO Bundesverbandes e. V.
Alle Rechte vorbehalten.

Erscheinungsdatum: Januar 2026

Alle aktuellen Informationen der AWO finden Sie jederzeit unter: <https://awo.org/mitwirken/engagement-und-ehrenamt/wohlfahrtsmarken/>