

**Der Bundesminister
für das Post- und Fernmeldewesen**
998-8 2040-1 B

Bonn, den 8. Februar 1972

An den Herrn
Präsidenten des Deutschen Bundestages

Betr.: Sonderpostwertzeichen aus Anlaß des 25jährigen Bestehens der Hannover Messe

**Bezug.: Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. von Bismarck,
Dr. Dollinger, Dr. Warnke, Dr. Ritz, Seitters und Genossen
– Drucksache VI/3056 –**

Die Kleine Anfrage beantworte ich wie folgt:

1. Wird die Deutsche Bundespost aus Anlaß des 25jährigen Bestehens der Hannover Messe eine Sondermarke herausbringen?

Es ist nicht beabsichtigt, aus Anlaß des 25jährigen Bestehens der Hannover Messe im Jahre 1972 ein Sonderpostwertzeichen herauszugeben. Eine solche Ausgabe entspräche nicht den von der Deutschen Bundespost bisher beachteten Grundsätzen der Planung von Postwertzeichen.

2. Sollte dies wider Erwarten nicht der Fall sein, befürchtet die Bundesregierung dann nicht, daß dies der internationalen Wettbewerbssituation abträglich ist, da andere Postverwaltungen so bedeutende Messeveranstaltungen durch entsprechende Sonderpostwertzeichen auszuzeichnen?

Die Motive für die Ausgabe von Sonderpostwertzeichen sind in allen Ländern unterschiedlich. Die Deutsche Bundespost hat es sich zum Prinzip gemacht, mit ihrer Markenpolitik keine kommerziellen Zielsetzungen zu unterstützen. Im übrigen ist die Bundesregierung der Ansicht, daß die Ausstrahlungskraft und die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Hannover Messe unabhängig ist von der Herausgabe einer Sonderbriefmarke.

3. Wie stellt sie sich zu der Tatsache, daß z. B. die Postverwaltung der DDR aus Anlaß der Leipziger Messe Sonderpostwertzeichen herausbringt?

Die Postwertzeichenpolitik der DDR kann mit derjenigen der Deutschen Bundespost nicht verglichen werden. Ihr liegen – wie das auch in anderen Bereichen des staatlichen Wirkens der DDR der Fall ist – andere Motivationen zugrunde, u. a. das der Devisenbeschaffung. Das Markenprogramm der „Deutschen Post“ der DDR ist im übrigen etwa zweieinhalbmal so groß wie das der Deutschen Bundespost.

4. Welche Gründe sind gegebenenfalls gegen eine Herausgabe eines Sonderpostwertzeichens aus obigem Anlaß maßgebend?

Gegen die Herausgabe eines Sonderpostwertzeichens aus Anlaß des 25jährigen Bestehens der Hannover Messe sprechen folgende Gründe:

Die Deutsche Bundespost hat es aus wohlerwogenen Gründen bisher stets abgelehnt, Sonderpostwertzeichen für Messen herauszugeben (vgl. die Antwort auf Frage 2). Eine Ausnahme von diesem Grundsatz würde im übrigen eine große Zahl ähnlicher Anträge zur Folge haben, die wegen der nur beschränkten Möglichkeit zur Ausgabe von Sonderpostwertzeichen nicht erfüllt werden könnten.

Ich habe die Deutsche Messe- und Ausstellungs-AG Hannover auf die Möglichkeit hingewiesen, im Rahmen einer Markenserie „Fortschritt von Wissenschaft und Technik“ das 25jährige Bestehen der Hannover Messe zu würdigen. Es war der Messe-AG leider nicht möglich, ein Markenmotiv vorzuschlagen, das für diese Serie geeignet gewesen wäre.

Ein Vergleich mit der Funkausstellung, aus deren Anlaß seit 1961 Sondermarken herausgegeben werden, geht fehl. Bei der Funkausstellung hat die Deutsche Bundespost aus sachlichem Eigeninteresse, u. a. als Träger der Fernmeldehoheit in der Bundesrepublik Deutschland, stets besonderen Wert auf eine repräsentative Selbstdarstellung gelegt. Die Sondermarken zur Funkausstellung sind im wesentlichen Eigenwerbung der Deutschen Bundespost.

In Vertretung

Gscheidle