

«Ich sage mal vorsichtig: 3 bis 4 Millionen Franken»

Heute versteigert Peter Rapp die «Ticino», die wohl wertvollste Schweizer Briefmarkensammlung.

Erich Solenthaler

«Ticino» ist ein Pseudonym, das die Erben und Verkäufer der Sammlung wählten, um anonym zu bleiben. Schon der in den Siebzigerjahren verstorbene Schöpfer der Sammlung behandelte sein Lebenswerk wie ein Geheimnis, sodass nur wenige Personen bruchstückhaft über sie informiert waren. Sie geriet in Vergessenheit, bis sich die Nachkommen zum Verkauf entschlossen.

Umso grösser ist nun der Überraschungseffekt. Peter Rapp, der die Sammlung heute unter den Hammer bringt, erklärt: «Das Besondere an ihr sind ein gutes Dutzend Alt-Schweiz-Raritäten und Unikate.» Als besonders wertvoll gilt Los 154, ein im Jahre 1852 von Genf nach Bulle versandter Brief mit drei Neuenburg-Marken. Er war 1956 in New York versteigert worden und galt seitdem als verschollen. «Hier ist er wieder», meint Rapp, sichtlich stolz über seine Entdeckung.

Der Wert dieses 125 mal 65 Millimeter grossen Kleinods aus Papier wird auf mindestens 150 000 Franken geschätzt. Sofern sich dieser Preis in der Auktion wirklich erzielen lässt - und daran zweifelt Rapp keinen Moment - erfuhr das Briefchen, seit es auf die Post getragen wurde, eine Wertsteigerung von 9 Prozent pro Jahr.

Seltenheit bestimmt den Preis

Altschweiz ist das Kerngebiet der Schweizer Philatelisten und umfasst die Jahre von 1843 - als der Kanton Zürich, wenig später Genf und Basel die Briefmarken einfuhrten - bis etwa 1860. Aus dieser Periode stammen beispielsweise die Basler Tauben und Doppelgenfs. Solche Marken seien keine Seltenheit, erklärt Rapp, aber wichtig sei, dass ein einziger Brief mit mehreren Marken dieses Typs überlebt habe - sowie die eben wiederentdeckte Dreierkombination.

Neben der Seltenheit beeinflussen philatelistische Merkmale den Wert von Briefmarken: die Ränder, die Farben, der Schnitt, die Papierart sowie die Stempelung. Einzelne Marken haben einen geringeren Wert als Briefe und Kombinationen, besonders wenn sie aus

verschiedenen Postkreisen stammen. Erst am Schluss spielen subjektive ästhetische Kriterien eine Rolle. Nachnahmen und eingeschriebene oder versicherte Briefe und rare Fehldrucke stellen eine weitere Sammlerkategorie dar.

Die Sammlung «Ticino» teilt das Schicksal vieler anderer wertvoller Kollektionen: Nach dem Ableben des Sammlers finden sich selten Erben, die sie wei-

«Für einen Auktionator ist nur eine verkaufte Briefmarke eine gute Briefmarke.»

terpflegen. Bis sich die Nachkommen von ihr trennen, dauert es oft Jahrzehnte, denn die mit viel Liebe zusammengetragenen Lebenswerke müssen für eine Auktion zerstückelt werden. Davon schrecken die Erben oft zurück.

So kommt auch die «Ticino» in exakt 400 Losen unter den Hammer. «Es gibt schon einige Sammler, die sich die ganze Kollektion leisten könnten», meint Rapp, «aber nicht viele.» Die meisten Philatelisten verfügen nicht über die Kaufkraft von Kunstsammlern. Die weniger gesuchten Stücke würden den Gesamtpreis belasten und darum besser einzeln verkauft, erklärt Rapp.

Vier Jahrzehnte im Geschäft

Seine Firma in Wil SG konzentriert sich auf das obere Preissegment und zählt zu den führenden Auktionshäusern weltweit. Die Versteigerungen finden in der Regel jährlich statt oder wenn genügend gutes Material vorhanden ist, sodass sich die Anreise auch für ausländische Käufer lohnt. Sie können aber auch am Telefon oder im Internet mitbieten. Davon machen Hunderte Gebrauch. «Nur eine verkaufte Marke ist eine gute Marke», meint Rapp. Sein Ziel ist, ein grosses Publikum anzuziehen und an der Auktion für Atmosphäre zu sorgen. Um die Preisfindung nicht zu manipulieren, verlaufen Rapps Auktionen offen und ohne Limiten oder Mindestpreise.

Während der viertägigen Auktion kommen auch sogenannte General-

sammlungen unter den Hammer. Gemeint sind Kollektionen ohne zeitliche oder thematische Einschränkung. Dutzende von Ordnern, die in Gestellen viele Laufmeter beanspruchen und Tausende von Marken umfassen, zeugen vom Fleiss der Schöpfer. Sie haben in die Breite gesammelt, sich verausgabt und konnten sich keine wertvollen Stücke mehr leisten. Solche Sammlungen sind häufig mittelmässig und kosten einige Zehntausend oder Hunderttausend Franken. Sie werden meistens von Händlern aufgekauft oder dienen Anfängern als Startkollektion.

Neue Kundengruppen

In den 70er-Jahren erzielten Rapps Auktionen Umsätze von 20 bis 30 Millionen. Damals erlebten modische, thematische Sammlungen einen Höhepunkt. «Viele Marken hatten einen höheren Wert als heute», kommentiert Rapp seine Gründerzeit. «Auch in der Philatelie gibt es Blasen.» Inzwischen hätten sich die ernsthaften Philatelisten aber auf die klassischen Werte zurückbesonnen, glaubt seine Tochter, Marianne Rapp Ohmann, die die Geschäftsführung übernommen hat.

Dieses Phänomen zieht neue Käufer-schichten an. Das sind zunächst vermögende Personen, die häufig keine nähere Beziehung zur Philatelie haben. Sie schaffen sich mithilfe von Beratern einige sichere Stücke als konservative Beimischung zu ihrem Portfolio an. Anders Bill Gross: Der bekannte Fondsmanager von Pimco steht für eine kenntnisreiche, finanziell potente Käuferschaft, die professionell vorgeht und Marken zu Millionen machen will.

Schliesslich lockt eine wachsende Zahl von internationalen Ausstellungen, an denen wertvolle Kollektionen präsentiert werden, Philatelisten mit dem Wunsch nach öffentlicher Anerkennung an. Dies lenkt die Nachfrage ebenfalls auf die seltensten und teuersten Stücke, ohne die sich an Wettbewerben keine Auszeichnungen gewinnen lassen.

Gefragt: Sowjetunion und China

Die klassische Philatelie hat so neue Anhänger gewonnen, die höchsten Preise werden jedoch längst nicht mehr in den Ursprungsländern der Philatelie erzielt, sondern in Russland und China. Die Notierungen von Marken aus der alten Sowjetunion und aus der Zeit der

chinesischen Kulturrevolution, also ausgerechnet in den von den klassischen Philatelisten vernachlässigten Bereichen, hätten sich in den letzten 20 Jahren ver Hundertfacht, sagt Rapp.

Weltweit soll es laut Schätzungen heute rund 48 Millionen Philatelisten geben. Der Umsatz mit Briefmarken wird

in der Schweiz auf 100 Millionen Franken pro Jahr und weltweit auf 10 Milliarden Dollar beziffert. Ein vom auf Raritäten spezialisierten britischen Anlageberater Stanley Gibbons berechneter Index weist seit dem Jahr 2000 eine durchschnittliche Wertsteigerung von 4,7 Prozent aus.



Der Brief mit drei Neuenburg-Marken (unten) ist besonders wertvoll. Foto: ZVG