

## Markenneuheiten heute, Sammeln heute

### Das Lose-Marken-Sammeln in schwerem Fahrwasser

Die Postunternehmen (ehemals Postministerien) der wichtigsten europäischen Sammelländer überschütten auch 2015 den Sammler mit Neuheiten. Und als wähnte man sich noch in den 80er, 90er Jahren, wo derlei gut lief, werden die Marken zusätzlich mit „Speziellem“ angereichert. Es sind die alten Bekannten von Zusammendruckmöglichkeiten, Druck- und Zähnungsmaßunterschieden. Dazu behilft man sich wie seit eh und je gesonderter Ausgabeformen wie Bogen, Rollen, Blocks oder Kleinbogen oder kreiert Nippes wie die österreichische Post mit ihren „Innovationen“ aus Porzellan, Kristallstaubapplikat, Stickgarn oder Kunststoff à la EM-Fußball.

Noch immer glaubt man also den Sammler alten Typs vor sich zu haben, der komplett sein will und darum schon alles „an Neuheiten“ kaufen wird. Dazu muß man ihm kontinuierlich „seine“ Wunschwelt klarmachen und operiert deshalb gern mit „Nur-noch-wenige-Exemplare-erhältlich“ und ähnlichem. Dreist! Das ist auch die marketing-genormte Lüge, daß die Zahl jener Sammler zunehme und Gewicht gewönne, die an einem einzelnen „schönen Motiv“ interessiert sei. Das gibt es tatsächlich, an den Philashops wie dem am Wohnort des Autors kann man das immer wieder und mit Freude erleben. Doch ist das zahlenmäßige die Ausnahme von der Regel. Wäre es anders, müßte man das kostenbelastete Abo-Jahresgeschäft sofort aufgeben!

#### Bonn tut das Seine

Trotzdem, im Falle der Deutsche Post/Philatelie mag der eine oder andere noch Zurückhaltung entdecken, doch die besteht nur durch den Vergleich mit anderen Postunternehmen. Sprich: Deutsche Neuheiten(-markt-)politik als das kleinere Übel im europäischen Konzert der Bildchenproduzenten. Aber man übersehe das bitte nicht: Die Doppelung von sechs oder mehr Neuheiten durch die Erhaltungen „naßklebend“ / „selbstklebend“ ist ein echtes Dauer-Husarenstück der Gelben Post. Und natürlich gehört die verschiedene Ausstattung der Selbstklebefolie im Falle der „Selbstklebenden“ aus Heftchen und der von der Versandstelle im Abo einzeln gelieferten Stücke mit in diese schnell verlängerbare Reihe von Zumutungen durch die Deutsche Post/Philatelie!

Bedenkt man, daß in den heutigen Geschäftsabteilungen der Sammlerservicebetriebe Leute sitzen, die das Agenturgeschehen und die Verkaufsumsätze der Versandstellen in den 60er bis 90er Jahren nur vom Hörensagen kennen, wie aus einer fernen Epoche, erstaunt die Hartnäckigkeit, mit der man glaubt, den Sammler im zweiten Jahrzehnt dieses Jahrtausends noch immer in der einstigen Wert-Träume-Welt gefangen halten und ihm weiterhin „Nahrung“ geben zu können. Und das alles auch noch vor dem Hintergrund, daß es sich bei den seit 2002 auf den Markt teils inflationär geworfenen, fast jeden postalischen Gebrauchs ledigen Wertzeichen um Marken in Euro-Währung handelt!

Denn das sei nun mit Blick auf künftige Sammlerhaltungen und vor allem Zuwächse endlich mal gesagt: Briefmarken in dieser aus welchen Gründen auch immer zweifelhaft gewordenen Maastricht-Brüsseler Zwangs-Währung sind, lose postfrisch oder gebraucht, der Sargnagel aller künftigen Verkaufsüberlegungen, in die noch Wertakkumulationsziele eingehen. Wer mit dieser Absicht Neuheiten sammelt, soll sich beizeiten bei Portoankaufshändlern umsehen. Zumal man nicht weiß, wie lange es die noch gibt. Briefmarkenhändler werden diese Sammlungen nicht kaufen – außer sie veräußern sie mit entsprechender eigener Gewinnmarge an besagte Portoankaufsbranche.

Zurück zum aktuellen Geschehen. Es sollte jedem Sammler klar sein: Die Verkaufsmanager in den heutigen „Versandzentren“ – das Wort „Versandstelle“ existiert nur noch in den Köpfen der Sammler – sind im deutschen Falle keine dieser netten, verständigen Leute mehr aus den Referaten des Postministeriums bzw. Bundesdruckerei oder Landespostdirektion, die von Bonn bzw. Berlin einst gen Briefmarkenmessen zum Sammlervolk auszogen und sozusagen das persönliche gute Gewissen des gerade amtierenden Postministers repräsentierten, obschon sie selber die Glaubwürdigkeit des seriösen Herausgebers vertraten. Diese neuen „Freunde der Philatelie“, von Madrid bis Bonn, von Den Haag bis Rom, von London bis Lissabon, sitzen vielleicht nicht auf einem Schleudersitz wie Industrie- oder Bankmanager – ihren Sitz wird es irgendwann einfach gar nicht mehr geben.

Doch macht sie diese noch komfortable Situation nicht umgekehrt zu Romantikern oder Nostalgikern des guten alten Briefmarkensammelns und seiner gediegenen Förderung. Sie tun das, was auf einem Verkäufermarkt – noch ist das Neuheitengeschehen kein vom Sammler diktierter Markt – immer geschieht: Herausholen, was geht, mit ständigem Werbeschaum vor dem Mund, mit den „Wertvoll“-Vokabeln von gestern und den „spannenden“ Bilderwelten von heute.

#### Gezahlt wird immer – von den anderen

Das verlangt, was die deutsche Realität betrifft, darüber hinaus ein knallhartes Ausblenden der eigenen Misere, sprich: der Verantwortlichkeit für den übelsten Wertediebstahl seit Einführung des bayerischen Schwarzen Einsers 1849: Gemeint ist der auf ein Jahr befristete Umtausch von Altwährungsmarken, den DM-Marken. Von der Machenschaft des Bundesfinanzministeriums mit dem Ungültigmachen der DM-Marken 2002 schweigt man ja heute gern, vor allen in den Kreisen, die kopfnickend und naiv zur Seite standen.

So geht das eben heute, wenn man andere zur Kasse bzw. zum Verzicht „bittet“. Einen selbst trifft es nicht oder nur verschmerzbar leicht. Dabei ist es eine Kanzlerin, die wie zur Wallfahrt oder besser Springprozession nach Frankreich fährt, um sich staatliches Umverteilungsdenken anzugewöhnen, in das Land also, ach, was für eine Petitesse!, wo die Altwährungsmarken weiterhin auf In- und Auslandsbriefsendungen aufgebraucht werden können. Soll uns das zeigen, wie verschieden es im Euro-Europa zugeht, wie farbig und auf *Diversité* verschwafelt?

Mitnichten! Die Felder, auf denen Politiker bestimmen, welche Dritten zahlen oder bluten, sind eben nur verschiedene. Hier sind es dank AG-Umwandlung der Post 1995 die ephemere „Kunden“ genannten Postbenutzer, In Frankreich sind das vor allem die Landwirtschaft und die Bildungspolitik, die vom sog. selbstverantwortlichen, sozialen Denken heimgesucht (und arm gemacht) werden.

Aber alle tun so, als wäre nichts geschehen, als würde sich nichts verändern. Letztlich auch dieser Blog, wenn er über Neuheiten berichtet und damit sich in die Berichts-Chronologie zum Markengeschehen einreicht und damit den Eindruck mit unterstützen hilft, das werde unendlich, vor allem unverändert und folgenlos so weitergehen. Die Kataloge, allen voran die aus München, tun so, als sei es noch immer das Allerselbstverständlichste, Preise bzw. Preisverhältnisse (objektive natürlich!) und damit Sammelrealitäten abzubilden, wiewohl es aus Glaubwürdigkeitsgründen viel eher nahe läge, lediglich ein Bestandsverzeichnis anzubieten.

Dieses Verzeichnis könnte vielleicht noch die ersten Jahrzehnte preislich detailliert „darstellen“, den Rest aber im Preis summarisch notieren (da gäbe es viele Möglichkeiten), und dies alles auch aus der Einsicht heraus, daß zum Beispiel jeder mit weniger als 5 Euro bewertete Satz -

sowieso Blödsinn ist, weil 5 Euro allein schon die Kosten für die Beschaffung und Einstellung in Bücher und Listen betragen. Absurd sind darum besonders die „Preisbewegungen“ unter 1 Euro bei Marken aus Sätzen der letzten 50 Jahre.

### Eigentliche Problemlage

Doch drückt sich selbst in solchen und anderen innovativen Gedanken die herrschende Hilflosigkeit der Akteure aus. Tatsächlich ist ein reellerer Umgang mit Marken fast schon gar nicht mehr das eigentliche Problem, jedenfalls nicht das vordringlichste. Wer die Internetverkaufsplätze seit Jahren verfolgt, weiß es: Spätestens übermorgen kann es keinen Ladenhandel mehr geben. Deutsche Markenware, inzwischen auch die aus den zehn Ausgabejahren ab 1945, befindet sich preislich in einem anscheinend nicht mehr abwendbaren Sinkflug. Die niedrige Kostensituation der Anbieter im Internet macht den Unterschied, ihre Waren zuoft den nächsten! Mit jeder neuen und bislang nicht für möglich gehaltenen Stufe (Prozentsatz von den Katalognotierungen) gehen daher dem traditionellen Handel Anteile verloren. Es gibt keine Chance, dem zu entgehen. Die größte Chance, die es gab und die zerstört wurde, war bis 2000/01 der Portoankaufsmarkt für bis dahin postgültige DM-Neuheiten (1969-2000). Damals konnten auch unkomplette Sammlungen noch leidlich erlöst werden.

Es kommen andere Krisenfaktoren hinzu: Nachlassendes Interesse bei potentiell hobbyzugehörigen Menschen, Aussterben bisheriger Sammlergenerationen, eine an Ausgaben und Umfang inflationäre Markenausgabepolitik quer durchs Euro-Europa.

Man könnte nun sagen: Das Problem wäre ja zu schultern, gäbe es nicht diese gesammelten Markenmengen, die vor allem seit 2000 auf den Verkaufsmarkt drängen und einen Preisdamm nach dem anderen brechen lassen. Sie erschweren alle Selbstheilungsprozesse, denn ihnen stehen einfach nicht die Nachfrager gegenüber, die diese Sammlungen und Konvolute durch einen Sammlungsbeginn oder durch eine Sammlungserweiterung auffangen könnten. Gäbe es nicht diese Massen, wären andere Probleme leichter anzugehen.

Man lasse für einen Moment mal unbeachtet, daß sich unter diesen meist auch noch teuer erworbenen Sammelkonvoluten mit einst hohem Spekulationsanteil, vorsichtig gesagt, auch haufenweise ein ebenfalls in Massen erworbener „Wertvoll“-Machwerke-Unsinn aus der frühen Spaßphilatelie einschlägiger Großversender befindet. Zur Erläuterung: Diese „spaßigen“ Sammelstücke verdankten sich damaligen Anschauungen. Doch diese Sammelmoden sind heute längst nicht mehr so gegeben oder sind verschwunden. Darüber hinaus bot schon damals das Zusammentragen dieser Stücke *in sich* selten die Klasse oder gar die Notwendigkeit eines kontinuierlichen Aufbaus mit Ziel und Sammlungsüberschrift! Eine Zeitlang gelang das noch mit den sog. „Schwarzdrucken“, nicht aber mit den berühmt-berüchtigten Olympia-Zertifikaten 1972 – um nur zwei Beispiele zu nennen. Es kamen bald andere „Sammelprodukte“. Sie waren auch „chronologisch“, doch fehlte ihnen mit Blick auf Zukunft jede „Durchhaltefähigkeit“.

Die Rede ist von FDC, ETB, Messebelegen und sonstigen postseitig zu Sonderanlässen produzierten Faltschriften mit aktuellen Neuheiten. Man besichtige Sammlernachlässe und erkenne, was für Zentner-schwere Mengen sich da bis heute ansammeln, die jeden Überblick und jede philatelistische Beschäftigung aufgrund ihrer Masse verwehren und verwehrt haben. Doch den Marketingsprech dazu kennt man auch: Das seien Stücke zur mal verschönernden, mal zur auflockernden Ergänzung der Sammlungen... Darum geht es ja immer den Verkäufern, locker bleiben – und zahlen.

Welche Bedingungen müßten bestehen, damit moderne Sammlungen vielleicht doch noch wieder in einen für alle Beteiligten vernünftigen Marktkreislauf geraten?

#### Die Antworten sind lauter Neins

- Der DM-Marken-Umtausch in Euro-Neuheiten ist seit Juli 2003 passé.
- Die einst gern von (fachjournalistischen) Marktbeobachtern vielleicht tatsächlich auch mal sinnvoll gegebenen Ratschläge „Jetzt, wo es billig wird, einsteigen, ergänzen, komplettieren!“ oder „Handeln Sie antizyklisch!“ sind seit 2003 blanker Zynismus. Sie machen zur Voraussetzung, daß Dumme nie aussterben. Nebenbei erheben sie den scheinbar so klugen Beobachter zur unangreifbaren Instanz – er hat und hatte immer recht!
- Von der Gestempelt-Sammel-„Front“ ist in Deutschland keine Besserung bzw. Veränderung hin auf ein neues Sammelverhalten zu erwarten. Marken mit ausgesuchter Qualität echter Poststempelabschläge ist ein Exotenthema (der Autor mit durchgeprüften Bund-/Berlin-Slgn. weiß, wovon er spricht). In Deutschland gilt gut gestempelte, echte Sammelware nur den verschwindend geringen Spezialisten etwas. Selbst eine Bund- oder DDR-Sammlung mit echten Rundstempelabschlägen – im Optimum von kleinen Postämtern – ließe sich auch heute nicht mehr in halbwegs angemessener Relation zum einstigen Gestehungspreis verkaufen. Wer redet da im Ernst noch über die Chancen gummierter Versandstellen-Klischee-Stempelware, von FDC, wie sie die Versandstelle dem Handel marktabschöpfend seit 2005 verkauft? ETB, EB, Sondereditionen, Jahrbücher, Jahressammlungen... Letztere aus den 80er und 90er Jahren gibt es inzwischen das Stück für 10 Euro – so sieht´s aus!
- Bund, Berlin, DDR – bleibe man bei postfrisch, der teuersten Erhaltung bei allen Gebieten – verlieren seit einigen Jahren jede Bodenhaftung. Es gibt inzwischen mindestens ein halbes Dutzend renommierter, seriöser Auktionshäuser, die keine, selbst auch komplette Sammlungen nicht mehr annehmen. Bund mit seinem Paradesatz „Posthorn“ (1951) – DDR hat so einen gar nicht! – wird von immer mehr Händlern und Auktionshäusern nur noch mit demselben angenommen, in die Kalkulation ein geht im Grunde nur noch dieser Dauermarkensatz mit 700-800 Euro, Schlegel-geprüft. Dieser für viele sicherlich schamlosen oder auch erschütternden Reduktion aufs Machbare entspricht die Ausdünnung auf Nachfrageseite.
- Die ruinöse Degradierung jeglicher Qualitätsanschauung im Markt ist auf den einschlägigen Internetplätzen Ebay und Delcampe rasch zu besichtigen (Ausnahmen bestätigen die Regel). Besserung von diesen Plattformen ist am allerwenigsten zu erwarten. Erst recht nicht von den Akteuren. Denn ein Massenangebot von massiv auftretenden Anbietern, denen alles recht ist, wenn sie ihre minderqualitätsvollen Lose nur losschlagen können, stellt jedes ernstzunehmende, qualitätsverbindliche Angebot von seriösen Verkäufern ins Aus.

Billigheimer zu Billigheimer, könnte man sagen, und reziprok der Erwartungshorizont: Ich verkaufe dir billigen Schund, du weißt es vielleicht und wenn du dich trotzdem reichrechnest, ist das nicht meine, sondern deine Sache! – Wohlgermerkt: Hier geht es noch gar nicht um Fälschungsware, die, wie es scheint, gerade bei Ebay ihr Unterkommen findet.

#### Was alles so gehen soll

Die neuesten Ankündigungen aus dem Schwaneberger Verlag zum seit 3. Juli vorliegenden Michel-Deutschland-Katalog 2015/16 und den darin veränderten Preisen lauten so:

*„Lebhafte Preisbewegungen im gesamten Katalog; z.B. bei Altdeutschland, den deutschen Gebieten des Ersten und Zweiten Weltkriegs, aber auch bei den Ausgaben der direkten Nachkriegszeit, besonders den Lokalausgaben und SBZ“.*

Zum vorher schon erschienenen DSK 2015, Band 1, hieß es: *„Preisbewegungen bei Altdeutschland, Saargebiet, den Besetzungsausgaben des Ersten und Zweiten Weltkriegs oder den Kriegspost- und Propagandafälschungen“*, zum Band 2: *„Auffällige Werterhöhungen z.B. bei den Lokalausgaben und den Ausgaben der verschiedenen Besetzungszonen“*

Das „z.B.“ in diesen Zeilen kann man sich schenken. Die genannten Gebiete – es fehlt noch das obligate Sudetenland – sind nicht seit einem oder zwei Jahren im Aufwind, sie es schon länger, nur hofft damit der Michel seine Produkte besser zu verkaufen – vielleicht.

Was aber wesentlich an diesen Zeilen ist: Es gibt noch Hunderte von Spezialgebieten mehr und die zeigen in den Katalogen keine Entwicklung nach oben (welcherart diese bei den genannten auch im einzelnen konkret sei). Auch diese Gebiete, die von Spezialisten gehegt und forschend umsorgt werden, sollen dereinst zusätzlich zu allen übrigen Sammlungen auf dem Philamarkt verkauft werden. Sie treffen unweigerlich auf eine kleiner gewordene Nachfrage. Frage: Welches Gebiet aus welchem Zeitraum wird im Interesse wohl zuerst verlieren?

Andererseits, und positiv gewendet: Welche Sammelgebiete, zumal mit zahlreichen fälschungsgefährdeten Briefmarken, werden so sorgfältig und verantwortungsvoll vom Handel wie vom Sammler wahrgenommen? In breiter Form auf der Ebene von Ebay, Delcampe, Ricardo.ch etc? Eine absurde Frage bzw. Annahme.

In krisenhaften Zeiten wie diesen stehen für die Lose-Marken-Philatelie darum zweierlei Wege neben vielen Irrwegen und weiteren Abstürzen offen:

► Weg 1. Zum einen ein in verlässlicher Güte ausgestattetes Qualitätsangebot auf seriösen Plattformen mit marktgestützten Festpreisen. Hier gibt es inzwischen ein vom Händlerverband APHV gefördertes Projekt „Marktplatz Philatelie“. Es läßt schon jetzt hoffen. Und gute Gründe sollten ermöglichen, daß es schon auf mittelfristige Sicht ein Ende mit der „Ebayisierung“ der Philatelie haben könnte (was bei einer wirklich kritischen Kundschaft allerdings die ständig veränderten Ebay-Bedingungen und steigenden Kosten auch schon selbst besorgen könnten). Minderqualität von Billigheimern (Anbieter wie Käufer) muß weithin von einem sich als kritisch formierenden Sammlerbewußtsein Cent für Cent für sinn- und wertlos erkannt werden. Für einen immer kleiner werdenden Kreis sollte es einfach werden zu erkennen, daß für Billigheimer- und natürlich auch Hochpreisbiotope die Zeit abgelaufen ist. Bei einer allgemeinen Qualitätssteigerung gibt es dann auch wieder Möglichkeiten zum Qualitätssammeln und zum Ankauf. Wie auch anders? Es gibt doch nun wirklich schon genug Qualitätsware in Massen, die keiner mehr will, weil er sie schon hat: Wer glaubt dann, noch mit verdeckt-minderwertigem Schund am Markt bestehen bzw. seine Ziele erreichen zu können, zumal in Zeiten, wo sowieso die Sammlerzahlen zurückgehen? Das Ländersammeln in Form loser Marken ist nur überlebensfähig, wenn es sich auf seine Ernsthaftigkeit besinnt! Der Spaß kommt dann von ganz allein...

► Weg 2. Es bleibt beim reinen Spaß, und damit beim Sammeln ohne jede Verkaufsabsicht, möglicherweise auch ohne Vererbungsabsicht oder –möglichkeiten. Dieser Sammler hat seinen Spaß allein am Besitz der aus seiner Sicht kulturgeschichtlichen papiernen Kostbarkeiten. Ein wunderbares solitäres Ziel. Die Zahl dieser Sammler wird auch in Zukunft gering sein.■