



# Briefmarken-Ratgeber



*...der Leitfaden*

Günther Köpfer



## Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
Einleitung.....	5
20 Gebote für Briefmarkensammler.....	7
Die Geschichte der Briefmarke.....	9
Der Beginn des Sammlerlebens.....	11
Warum werden Briefmarken gesammelt?.....	13
Der Briefmarkenmarkt.....	17
Die Briefmarkensammler – märchenhaft.....	20
Was soll ich nur sammeln ?.....	21
Qualität.....	25
Konzentration.....	31
Wissen.....	36
Auflagen.....	42
Woher nehmen?.....	46
Die Post.....	49
Das Internet.....	54
Die Vereine.....	58
Abonnements.....	61
Ersttagssonderstempel, Ersttagsbriefe, Ersttagsblätter & Co.....	63
Zubehör.....	68
Album.....	70
Literatur.....	73
Die Briefmarkenlobby.....	75
Die Briefmarkenhandel.....	77
Kataloge.....	80
Briefmarkenzeitungen.....	84
Wünsche.....	85

## Wissen

Auch eine der wichtigsten, und damit grundlegende Voraussetzung für erfolgreiches Briefmarkensammeln.

Das beginnt schon damit, daß man wissen sollte, daß es in der Philatelie keine Sonderangebote gibt und das, obwohl sie, wenn man die Angebote liest, ausschließlich aus Sonderangeboten zu bestehen scheint.

Der Sammler wird damit getäuscht, daß das „Sonderangebot“ in Relation zu den völlig irrelevanten Katalogpreisen gesetzt wird, die doch nicht den Sammlerwert einer Marke wiedergeben, sondern die Verkaufspreise des Handels.

Und diese Preise sind in vielen Bereichen zu niedrig, in den meisten jedoch viel zu hoch, ja maßlos überhöht. Es werden wertlose Briefmarken mit einem völlig unrealistischen „Wert“ dargestellt, der das Einkommen des Handels sichern soll.

Nehmen wir den willkürlich gewählten Block 22 vom Bund. Der Postpreis lag bei rund 75 Eurocent, der Katalogpreis liegt bei € 4,00, also dem 5,3-fachen des Neupreises. Den Block gibt es 15 Millionen mal. Das sind für jeden der angenommenen 500.000 Sammler von Bundmarken 30 Stück. Wertlose, unverkäuflich Massenware.

Gibt der Handel nun 75 % „Nachlaß“ auf den „Michel-Preis“ (ein Wahnsinn, oder?) dann kostet dieser Block „nur noch“ € 1,00, macht jedoch einen Gewinn von 33 1/3 % für den Händler. Gefühlt ein Schnäppchen, ist dieser Block tatsächlich ohne jeglichen Sammlerwert, einfach nur Massenware und keinen Cent wert, für den Handel jedoch ein toller Gewinn.

Fazit: ein Sonderangebot mit 75 % Nachlaß ist um 100 % zu teuer!

Oder es wird für Abonnements von z.B. Neuausgaben vom Bund mit äußerst rosigen Zukunftsaussichten damit geworben, doch zu beachten, wie sich z.B. der Wert des Posthornsatzes entwickelt hat. Schiere Bauernfängerei, in dem man Äpfel mit Birnen vergleicht: in der Nachkriegszeit, also 1951, konnten sich nicht alle Sammler die postfrische Version dieses Satzes leisten, also ist die relativ knapp, aber bei weitem nicht selten.

Die seit etwa 1955 und besonders auch heute per Abo herausgegeben Briefmarken jedoch haben alle Riesenauflagen, die die Nachfrage durch Sammler bei weitem überschreiten. Man kann diese sammlerisch wertlose Massenware nun im Handel als „Sonderangebot“ endlos weit über einem fiktiven Wert bezahlen oder z.B. bei ebay zu 5 oder 10 % ihres ehemaligen Postpreises und noch weit niedriger im Vergleich zu einem ehemaligen Händler-Abo- oder gar Katalog-Preis kaufen.

Der gestempelte Posthornsatz ist im Katalog mit einem Wert von € 50,-- vermerkt. Wert für was? Im Vorspann des Michel-Spezial zur Bundesrepublik Deutschland fehlt jegliche Qualitätsdarstellung, also wird der nicht so umfassend informierte Sammler annehmen, daß jede gestempelte Posthornmarke den aufgeführten Preis wert ist – und wird genau so undifferenziert kaufen und als Wert für seine Sammlung ansetzen.

Zu diesem Satz, ob postfrisch oder gestempelt, weist der Michel Spezial darauf hin, daß die 70er, die 80er und die 90er meist leichte Zähnmängel haben. Es bleibt dem geneigten Leser überlassen, diesen Satz (in Bezug auf was?) zu deuten.

Es steht fest, daß eine zeitgerecht zentrisch, also voll gestempelte Marke endlos weit mehr wert ist, als im Katalog genannt. Und genau so klar ist es auch, und das sollte jeder Sammler kompromißlos verinnerlichen, daß eine Marke, deren Stempel nicht lesbar ist, man also Ort und Zeit der Abstempelung nicht klar erkennen kann, nicht prüfbar und damit absolut wertlos, ein Objekt für den Papierkorb ist!

Und einen prüfbaren, aber schwach gestempelten Posthornsatz wird man endlos weit unter dem Michelpreis bei ebay ersteigern können.

Die Briefmarkenlobby hat den Sammlern in den letzten 50 Jahren „eingeläut“, daß alles, was sie (die Sammler) so an besonders frankierten Briefen verschickt oder sich von der Post mit Normalstempel abstempeln ließen, philatelistisch manipuliert bzw. beeinflusst und damit wertlos, zumindest aber wertreduziert sei.

Gleichzeitig sind die Auktionskataloge voll von wunderschönen, zweifelsfrei von Sammlern beeinflussten Objekten, die Spitzenpreise erzielen.

Und was macht diese Briefmarkenlobby? Sie selbst produziert ein unglaubliches Sammelsurium speziell für Sammler geschaffenen Machwerks: Schmuck-Ersttagsbriefe, Ersttags- und Erinnerungsblätter, Jahrbücher, Messebelege, aber auch Jahresgaben – und man wird sich, da bin ich mir sicher, noch viel mehr einfallen lassen.

Dieser seit ca. 1955 produzierte Massenschrott ist heute wertlos, ohne Nachfrage.

Teure Ersttagsbriefe bis etwa Mitte der 50er-Jahre haben ihre Entwicklung übrigens dem Umstand zu verdanken, daß damals nur wenige diese „Neuerung“ sammelten, es also nur wenige davon gibt.

Weiterhin völlig unsinnig, kaufte man jährlich, manchmal auch mehrfach, Kataloge für die gesammelten Länder. Vor langer Zeit glaubte man noch an die Katalogpreise, war richtig gespannt, was wieder teurer wurde, um wieviel wertvoller die eigene Sammlung wieder wurde, sah in einer positiven Entwicklung eine Bestätigung der Richtigkeit seines Tuns.

Katalogpreise, das weiß man heute, sind nicht für Sammler gemacht, sie sind lediglich die Verkaufspreise der Händler, sollen deren Gewinne sichern und den Sammlern das Geld aus der Tasche ziehen.

Diese Katalogpreise interessieren den informierten Sammler nur am Rand und, wenn überhaupt, nur um damit Relationen herzustellen.

Die Folge dieser Erkenntnis und dem Wissen, daß sich Grundinformationen der Kataloge kaum ändern, ist demnach, daß viele heute sinnvollerweise erst wieder einen neuen Katalog kaufen, wenn der alte auseinanderzufallen droht.

Nochmals zum Bezug von Neuauflagen der Postverwaltungen, also Abos: das war nie und ist auch heute kein „Briefmarkensammeln“, sondern ein sehr teures, sinnloses Beziehen und Einsortieren von massenhaften, während ihrer Gültigkeit den Frankaturwert darstellenden, danach aber dauerhaft wertlosen und heute unverkäuflichen Postwertzeichen, die besonders auch für Sammler produziert werden.

Briefmarkensammeln bedeutet doch nicht: Abo-Lieferungen erwarten, zertrennen, einsortieren und auf die nächste Lieferung warten? Und schon gar nicht, zu akzeptieren, daß irgend jemand

fleißig und für Sammler ständig immer mehr Briefmarken-Sammel-Ergänzungs-Produkte und Briefmarken produziert, dauernd überlegt, mit was sonst man den Sammlern noch mehr Geld aus den Taschen ziehen kann.

Früher hat man darüber nicht nachgedacht, hätte aber eigentlich schon damals erkennen müssen, daß Briefmarken mit Auflagen von 5 Mio., 20 Mio. oder auch mal 50 Mio. (50.000.000) Stück und mehr, bei der DDR zum Devisenschmuggeln bei Sammlern 2 Mio. Stück „Sperrwerte“ ausschließlich für sie, nach ihrem Ungültigwerden nur noch wertlose Fetzen buntes Papier sein würden. Man hätte einfach mal, und das sollten alle immer tun, an die Regeln von „Angebot und Nachfrage“ denken sollen.

Das hatte sich schon um 1970 und 1980 herum angedeutet, aber keiner wollte das wahrhaben, was sich dann wenig später so grausam bestätigen sollte. Postfrische Einzel-Briefmarken von Berlin und der DDR bis 1990 / 1991 und Bund bis 2002 kann man heute bei Internetauktionen zu 5 % bis 10 % ihres ehemaligen Postpreises ersteigern. Die damaligen (natürlich auch die heutigen) Abonnenten haben also, wenn sie überhaupt einen Käufer finden, heute von ihrem Kapitaleinsatz locker einen Wertverlust von 80 % bis 90 % zu akzeptieren. Und die postfrischen Bund-Ausgaben seit 2002 kann man jederzeit, sie sind ja noch gültig, haben also noch den vollen Frankierwert, zum Frankieren benutzen oder für ca. 90 % dieses Werts verkaufen, also mit „nur“ ca. 10 % Verlust.

Und ein weiterer, in seinen Auswirkungen fast noch verheerenderer Fehler, war dann der, daß sich die Mehrzahl der Sammler dazu verführen ließ, in diesen zugegeben wunderschönen, sehr repräsentativen, jedoch sehr teuren, vor allem aber "wertzerstörenden" und damit unnützen Vordruckalben zu sammeln: jede Marke konnte nur als Einzelmarke, also ohne oder mit umgeknickten Seitenrändern einsortiert werden, keine Paare, Viererblocks, Druckerzeichen, Formnummern, keine Zusammendrucke und wenn, nur "vorgeschriebene", nichts. Auf einer Seite kann man dort hier und da nur einen Block, oder ein paar wenige Einzelmarken unterbringen. Dreierweise wurde und wird dem Sammler damit auch vorgeschrieben, was er zu sammeln hat: für Zusammendrucke aus Markenheftchenbogen und Markenheftchen, sogar aus Blöcken war erst gar nichts für deren Unterbringung vorgesehen.

Es mußten durch die Neuausgabenflut der Post also immer mehr „neue“ Einzelblätter gekauft werden, die die „Ringbinder“ immer schneller füllten, neue nötig machten. Heute sind solche Sammlungen ein unverkäuflicher, wertloser, massenhafter Einheitsbrei.

Viele, aber bei weitem noch nicht alle, dort kommt die grausame Erkenntnis erst später, mußten das zwischenzeitlich erkennen - und sind, logisch, alle zutiefst enttäuscht! Unter diesen Enttäuschten sind übrigens auch sehr viele, die, irgendwann auf ihre Art des Sammelns angesprochen, meinten, sie sammeln ja nicht aus finanziellen Gründen sondern nur um des Spaßes, um des Sammelns willen.

OK, wenn man dieses Hobby anfängt, dann ist das tatsächlich so. Spätestens aber dann, wenn man dafür Geld ausgibt, erwartet man doch einen entsprechenden Gegenwert?

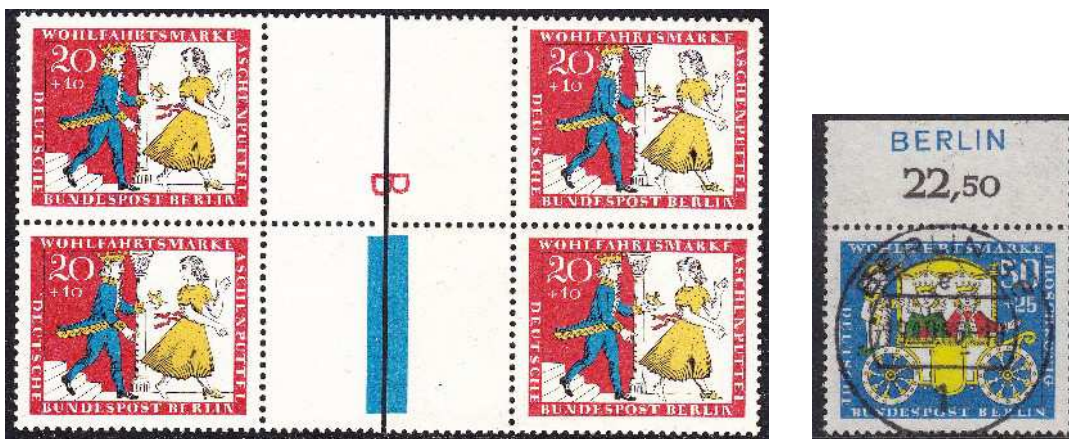
Der mit Abstand schlimmste Effekt dieses Handelns aber war, daß, nachdem alles Geld für unsinniges, also für Abos und Zubehör, ausgegeben war, nichts mehr für wirklich sinnvolles Sammeln übrig blieb.



HAN (Hausauftragsnummer), postinterne Kennzeichnung eines Auftrags und ein Relikt vergangener Tage.

(HAN)

Ideal wäre es gewesen, wenn man die Marken direkt bei der Post gekauft hätte, sich z.B. auf Randzudrucke, wie Druckerzeichen, HAN oder Formnummern, Eckränder oder anderes spezialisiert hätte.



Bei bildgleichen Bund- und Berlin-Marken (nicht nur) wurde die Berliner Ausgabe einige Jahre lang erst mit einem „B“ und später mit „Berlin“ gekennzeichnet – die rechte Marke mit absolutem Top-Stempel.  
(ZudruckBerlin) (ZudruckBerlingest)

Früher war der Briefmarkensammler übrigens noch ein geachteter Postkunde und die Post noch ein echter Dienstleister. Da konnte man noch selbst definierte Sonderwünsche äußern.

Und wenn man dann noch im Steckalbum gesammelt hätte, hätte man viel Geld gespart, das man effektiv in eine heute besondere, eine individuelle, eine wertvolle Sammlung hätte stecken können.

Aber, man kann der Briefmarkenlobby keine Vorwürfe machen, die sucht logischerweise nur ihre Vorteile, lebt von uns Sammlern. Es braucht dann nur noch die, die es mit sich machen lassen. Und die gibt es, leider, noch massenhaft.

Mir selbst habe ich damals die Schuld gegeben, mich gefragt, wie ich auf so eine unehrliche, dümmliche Bauernfängerei reinfallen konnte, mich zur Melkkuh machen ließ.

Gab es für dieses blinde Vertrauen in das, was mir da von der Briefmarkenlobby so alles empfohlen wurde, eine Erklärung? Warum ließ und läßt sich die gesamte Sammlerschaft ohne Gegenwehr so über den Tisch ziehen?



Es war (bei mir ist das schon lange nicht mehr so) das Vertrauen darauf, daß es doch einen Verband, eine Sammlervertretung gab und gibt, die Unrechtmäßiges doch sicher anprangern, die Sammler davor warnen würde? Schließlich bezahlen die doch dafür Beiträge!

Nein, nichts, aber auch gar nichts wird gegen diese unglaublichen Mißstände getan.

Wenn ich sehe, wie Journalisten für die „Verbandszeitschrift“ ebenso wie für die Zeitschriften des Handels schreiben, sehe, wie eng dieser Verband mit der Post, dem Handel, den Zubehörherstellern und den Auktionshäusern zusammenarbeitet, hat man den Eindruck, nein, muß man feststellen, die haben mit den Sammlern „garnix am Hut“, die haben mit ihrem Beitrag wohl ihre Pflicht getan.

Man muß sich vorstellen, daß selbst die nun seit jahrzehnten nicht „markgerechten“ (ganz klar gegen die Sammlerschaft gerichteten) Katalogpreisen bei diesem „Verband“ tiefes Verständnis für die Kataloghersteller auslösen und ihn gleichzeitig verwundert feststellen läßt, daß der Sammler, wie kann er nur?, glaubt, was die Kataloge schreiben, ihm gar den Vorwurf macht, er würde sich an den Katalogpreisen reich rechnen.

Man hält die Sammler offensichtlich für doof?

Ich meine, wenn man als Verband derart fremd geht, nur zu „Weihnachten mal zu Hause“ bei den Sammlern ist, sollten die die Scheidung einreichen und sich eine hübsche, zuverlässige und fleißige Lobby suchen – oder schaffen.

Aus all diesen Gründen gibt es auch bis heute keine „Gebrauchsanleitung“ zum Briefmarkensammeln im Sinne der Briefmarkensammler. Die gab es noch nie. Man will halt den Sammler gerne weiter für dumm verkaufen, an ihm verdienen.

Diese wenigen Beispiele zeigen schon, daß Wissen, alle Bereiche dieses Hobbys umfassend, äußerst wichtig ist. Es beschleicht einen permanent das Gefühl, daß diese Lobby jegliches eigenes Denken der Sammler unterbinden möchte, die ständig in ihrem Interesse manipuliert.

Vertrauen ist gut, Kontrolle jedoch besser. Wohl nirgends sonst birgt dieser weise Spruch soviel Wahrheit und Notwendigkeit in sich, wie beim Briefmarkensammeln.

Seinen erweiterten Horizont, seine Gedanken und Zweifel muß man nun aber auch umsetzen. Sich darüber im klaren werden, was eigentlich sammelnswert ist, was man sammeln will und in welcher Art?

Eins ist klar, auf keinen Fall dürfen das Dinge sein, die speziell für Sammler hergestellt werden, also keine Ersttagsblätter, Ersttagsbriefe, Jahresgaben, Messebelege oder ersttags- oder versandstellengestempelte Briefmarken und so einiges mehr. Eine "moderne" postfrische und randlose Einzelmarke ohne jede weiteren Qualitäten kann höchstens der Dokumentation oder der Vervollständigung eines Jahrgangs, eine Satzes dienen. Wert, darüber sollte man sich im klaren sein, werden sie keinen entwickeln, denn es gibt sie millionenfach.

Fazit: keine nicht prüfbar Briefmarken, keine Abos und wenn Massenmarken, dann nur billigster Einkauf!

**Der Spaß bei jeglichem Sammeln, besonders aber beim Briefmarkensammeln, das wird man bald feststellen, ist doch der, daß man nach dem, was man gerne besitzen möchte, also auch (s)einer Wunschbriefmarke in einer ganz speziellen Erscheinungsart, suchen muß, sie nicht in jedem anderen Album gleich zigfach findet. Je mehr ich nach etwas suchen muß, um so wertvoller ist es und um so mehr macht es Spaß, es zu finden!**