

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 118 (1992)
Heft: 25

Artikel: Liechtensteins Briefmarken auf Vordermann bringen
Autor: Etschmayer, Patrik
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-611726>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 05.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Patrik Etschmayer

Liechtensteins Briefmarken auf Vordermann bringen

Im Fürstentum Liechtenstein hört man die Clichévorstellung nicht besonders gern, wonach das «Ländle» zum grössten Teil aus dem Erlös des Briefmarkenverkaufs lebe. Etwas Wahres ist allerdings schon dran, was besonders jetzt deutlich wird, denn die Liechtensteiner Briefmarke steckt in einer tiefen Absatzkrise.

Eine der wichtigsten Einnahmequellen des Liechtensteiner Staates war traditionsgemäss das Geschäft mit den Briefmarken. 1970 noch wurden mit den kleinen, bunten Zettelchen 30% der Staatseinnahmen bestritten. Bis 1991 sank dieser Anteil auf 5% mit weiter rückläufiger Tendenz.

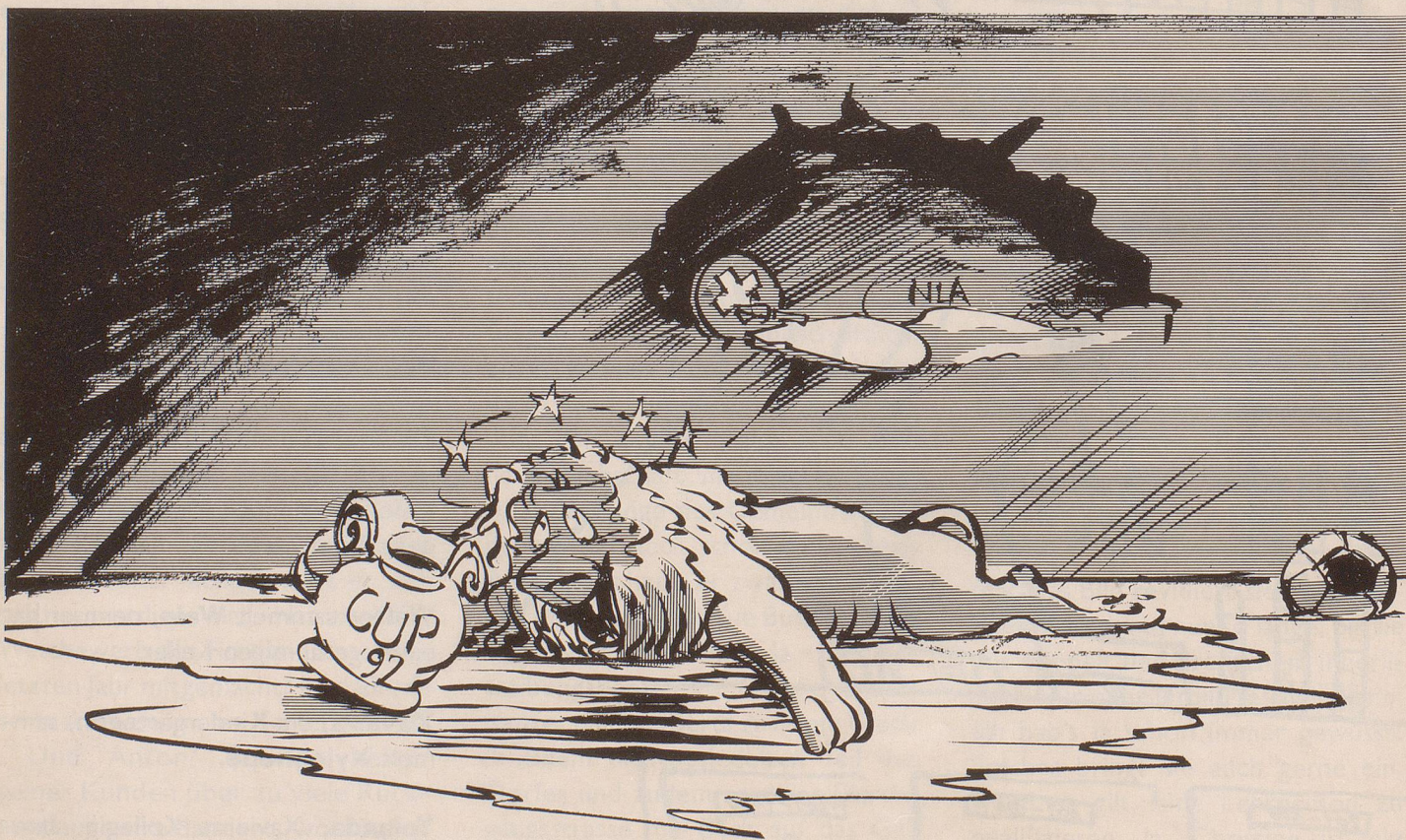
Die Ursache dieses Einnahmenschwundes liege in der Überalterung (und dem damit einhergehenden Aussterben) der Briefmarkensammler-Gilde. Selbst die auf den Dauermarken erfolgte Umstellung vom Konterfei des verbliebenen Fürsten Franz-Josef auf das Bild des dynamischen

Erbprinzen und heutigen Fürsten Hans Adam konnte offensichtlich keine neuen Sammlerkreise erschliessen.

Es ist nun wohl klar, dass die liechtensteinische Briefmarke in einer tiefen Krise steckt und sich Jugendliche kaum mehr für diese sehr intensive und sich Moden verweigernden Sammeltätigkeit zu begeistern vermögen.

Marktlücken nutzen

Wie aus einer Kommission des Liechtensteiner Landtags, die speziell wegen dieser Schwierigkeiten gebildet wurde, zu verneh-



ORLANDO EISENMANN

FC Luzern: Absteiger im Siegesrausch

men war, sei es an der Zeit, die legendäre Qualität der Liechtensteiner Briefmarken auf andere Sammlerartikel auszubreiten.

«Es herrscht auch bei den Jungen der Sammlertrieb», konnte man aus vertraulichen Quellen vernehmen, «aber er richtet sich nicht mehr auf Briefmarken, sondern auf andere hippe Artikel.» Man müsse nur das seit Jahren grassierende Swatchfieber betrachten. Auch würden Postkarten, Pins, T-Shirts, Klebebilder und alles mögliche wie wild gesammelt und teilweise haarsträubende Preise dafür bezahlt. Haarsträubend besonders, wenn man die meist katastrophale Qualität in Betracht zieht.

Und hier sieht man, so zumindest unsere vertrauliche Quelle in der Kommission, in Liechtenstein auch die Marktlücke: «Mit unserer Erfahrung im Briefmarkenbereich, was Entwurf, Herstellung, Qualitätskontrolle und Vertrieb betrifft, sind wir eindeutig prädestiniert zum Entwerfen und Vermarkten von genuinen Merchandising-Artikeln. Prohehalber werden wir als erstes eine Serie mit zehn emaillierten Pin-Nadeln auf den Markt bringen.»

Alles wird zum Postwertzeichen

Damit die Sache auch nicht danebengeht, wurden für die Sujet-Auswahl verschiedene Jugendzeitschriften wie *Pop-Rocky*, *Popcorn* und *Bravo* nach den vielversprechendsten Motiven aus der Pop- und Rockbranche befragt. Danach trat man mit den Plattenfirmen der diesbezüglichen Stars in Verbindung, nahm Lizenzverhandlungen auf, und bereits Anfang Juli soll diese Pin-Serie, die u. a. Showgrößen wie Nirwana, Guns 'n Roses, Blue Aeroplanes, Simply Red und The Cure umfasst, mit grossem Werbeaufwand erst einmal im deutschsprachigen Raum lanciert werden.

«Wenn sich hier Erfolg einstellt – und wir sind optimistisch –, werden in regelmässigen Abständen neue Serien erscheinen. Überdies bestehen Pläne, spezielle, mit Handsignaturen ausgestattete und limitierte Sammlereditionen auf den Markt zu bringen.»

Die Projekte beschränken sich natürlich nicht nur auf Anstecknadeln. Auch an T-Shirts ist durchaus zu denken, wobei natürlich auch hier auf extremste Spitzenqualität geachtet würde.

«Wir sind hier zwar erst bei der Ausarbeitung des Pflichtenheftes, aber ich kann schon jetzt garantieren, dass die Liechtensteiner T-Shirts von A bis Z aus einheimischer Handarbeit stammen werden. Obskure Dritt-Welt-Textilien, die beim ersten Mal in der Waschmaschine abfärben und auf die halbe Grösse einlaufen, gibt es bei uns nicht, das kann ich schon jetzt versprechen.»

Briefmarken als Werbeflächen

An weiteren Artikeln wird auch schon getüftelt, doch über deren Art herrscht noch Schweigen – man will die Karten ja nicht zu früh auf den Tisch legen.

Und die Briefmarken? Würden diese am Ende von ihrem Status als Sammlerartikel vollständig in die Niederungen des banalen Frankaturmittels verbannt werden? Kaum, denn auch diese sollen einer gründlichen Verjüngungskur unterzogen werden... aufgedruckte Hologramme, in der Nacht leuchtende Marken, Marken als Anzeigeflächen, Kunstmarken und natürlich auch hier Sujets aus der Unterhaltungsbranche... Liechtenstein will auch seine Marken wieder auf Vordermann bringen!

Was auch immer aus den philatelistischen Werkstätten Liechtensteins noch kommen wird, eines werden die Artikel als ganz besonderen Gag gemeinsam haben: Man kann sie samt und sonders als Briefmarken benutzen!

Jawohl, ob Anstecknadel oder T-Shirt: sie gelten alle als offizielle Postwertzeichen! «Wobei wir beim T-Shirt allerdings noch überlegen, ob es nicht ausreichen würde, das Einnähschildchen herauszutrennen und aufzukleben... es könnte die Sache ein wenig handlicher machen.»

SPOT

Lärm um nichts?

Zu den Klagen gegen Kirchengeläute gibt es eine Novität aus Zug: Der Stundenschlag der St.Oswald-Kirche wurde von 22 bis 7 Uhr abgestellt – wegen der Hotel-Gäste. Nun aber machten 81 empörte Nachbarn eine Petition: «Wir können momentan nicht mehr schlafen, weil die Glocke nicht mehr läutet!» *k*

Folgerichtig

Zum 100jährigen Bestehen des Bernischen Anwaltsverbands im Restaurant «Harmonie» (!) übernahmen drei Fürsprecher das Zepter hinter den Kulissen. Sie nannten Burgunder Geschnetztes «Schergengericht» und Chili «Scharfgericht»... *kai*

Die lieben Kleinen

Die Präsidentin des stadtbernischen Jugendgerichts, Evelyn Lüthy-Colomb, zur wachsenden Gewalt in den Schulen: «In Bern gibt es Klassen, da gehen die Kinder nicht mehr ohne Messer zur Schule!» *-te*

Freudsches

Anlässlich einer Diskussion im «Club» über die von Papst und Bischof Haas verfolgte konservative Linie fiel von Kritikerseite der Versprecher: «Da isch dr Has begrabe.» *hrs*

Fair P(I)ay

Neustens gibt es «Gratistelefonnummern» als Hinweis, dass da eine Auskunft oder Dienstleistung ohne kostspieligen 156er-Nepp zu bekommen ist. *ea*

Auskommen

In einer Firma, die nicht zuletzt der Personalkosten wegen ums Überleben kämpft, war zu hören: «Es git immer meh Elektroniker – die hei nümme Löhn, die hei Salär!» *oh*

Einkaufsfährtchen

Von den 120 Millionen Mark Umsatz des deutschen Grossmarkts Rheincenter knapp jenseits der Landesgrenze bei Basel kamen mehr als die Hälfte (über 60 Millionen) aus der Schweiz.

Weitgehend zollfrei, natürlich. *ad*