

Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 45 (1969-1970)
Heft: 6

Rubrik: Hobby-Spalte

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: 14.01.2026

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

HOBBY-SPALTE

Philatelie

Ein Völker-Bund

Wenn wir von heute an eine Spalte den Briefmarkensammlern zur Verfügung stellen, so geschieht dies in der doppelten Absicht, diesen Lesern einen Dienst zu erweisen und den andern, die der Materie fremd gegenüberstehen, dieses Hobby etwas näher zu bringen.

Was sind die Gründe, die den Briefmarken den Vorrang vor allen Sammelobjekten einräumen? Es gibt deren viele. Der gewichtigste dürfte sein, dass die Briefmarke der dem Menschen immanenten Sehnsucht nach der Ferne ein Ventil gibt, das sich auch mit den geringsten Mitteln öffnen lässt. Die Briefmarke trägt etwas von dem Fluidum jenes Kontinents, Landes oder Ortes mit sich, aus dem sie stammt. Was für Gedankenassoziationen löst zum Beispiel ein Brief aus, dessen Marke den Stempel eines Postamtes der Hawaii-Inseln, von Vancouver oder Malindi trägt? Dazu gesellt sich noch die in den letzten Jahrzehnten von den Postverwaltungen grosszügig geübte Vielgestaltigkeit der bildlichen Darstellungen, die kaum ein Lebensgebiet der Zonen unseres Planeten unberührt lassen. Ist dieser Gepflogenheit der Bildungswert zwar nicht abzusprechen, so hat sie dem Briefmarkensammeln einiges von seiner Seriosität genommen.

Der Faszination der kleinen, bunten Papierchen erlag man schon bald nachdem die ersten Briefmarken erschienen. Sie waren graphisch und drucktechnisch, im Verhältnis zum Stand der damaligen Möglichkeiten, den heutigen Postwertzeichen nicht nur ebenbürtig, sondern im ästhetischen Sinne durch ihre schlichte Vornehmheit und Ausgewogenheit des Sujets sogar weit überlegen. Aber vor allem – man konnte sie noch sammeln, das heisst zusammentragen, ohne dass die Geldbörsen besonderen Strapazen ausgesetzt gewesen wären. Die Markenausgaben hielten sich in

einem ganz bescheidenen Rahmen, sie dienten nur ihrem Zweck als Quittung für die Bezahlung der Beförderung eines Briefes und behielten ihre Gültigkeit Jahre-, ja Jahrzentelang.

Betrachten wir nur die wundervoll gestochenen ersten britischen Marken mit dem Bild der von da an – ein Rekord, der die Damenwelt vor Neid erblassen lässt – sechzig Jahre jung bleibenden Königin Victoria, oder aber die so ansprechende Komposition des berühmten «Baslertüblis», sowie die schöne Einfachheit der Zürcher und Genfer Kantonalmarken, um nur einige zu erwähnen. Diese frühen Marken strahlen jenen eigenartigen Zauber aus, den nichts zu vermindern mag.

Schon vor dem Zweiten Weltkrieg trat allerdings eine Entwicklung ein, welche aus politischen und wirtschaftlichen Gründen Markenneuausgaben wie Pilze nach dem Regen aus dem Boden schiessen liess. Der Sammler wird seitdem mit Machwerken, deren postalische Rechtfertigung äusserst fraglich ist, konfrontiert. Dem hohen Stand der einschlägigen Techniken ist allerdings zu verdanken, dass selbst unter diesen Spekulationsausgaben kleine graphische Meisterwerke zu finden sind.

Von allen Imponerabilien abgesehen, die zum Sammeln von Briefmarken anregen: Entspannung, Freude, ästhetischer Genuss, Bildungsfaktor, und die dieser Beschäftigung eine Bedeutung geben, die sie über das «Nur-Hobby» hinaushebt, steht das Völker-verbindende, das Negieren jeglicher rassistischer, nationaler und religiöser Intoleranz. Die über den ganzen Erdball verstreute Gilde der Briefmarkensammler ist eine Art von Völkerbund, dem es trotz seines eng gezogenen Rahmens besser gelingt, zum gegenseitigen Verstehen der Völker beizutragen als manche politisch noch so mächtige Organisation oder Institution.

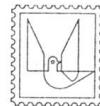
Dies allein rechtfertigt es schon, das Hobby des Briefmarkensammelns ernst zu nehmen. Wollen Sie es nicht auch versuchen?

M. A.

Auflösung des Kreuzworträtsels von Seite 59

Waagrecht: 1) Nachrichtenagentur, 17) Europa, 18) Iliade, 19) Arno, 20) Uter, 21) Hut, 22) Grafenort, 24) Top, 25) Erft, 26) Ebnat, 27) Jak (i = j), 28) Ens, 30) Entre, 32) Haussa, 34) Aldo, 36) Unau, 37) Norte, 38) Te, 39) Liebenau, 42) Ss, 44) inc, 45) Afu, 46) Oasen, 49) Sepp, 51) Tahiti, 53) Atlanta, 55) Pic, 56) ia, 57) Tr, 59) Az, 60) Rasch, 62) Ebnat, 65) Aarau, 68) Ulrike, 69) Tiefdruckpressen.

Senkrecht: 1) Neutralitaet, 2) Auto, 3) Crepe de chine, 4) Hor, 5) RP, 6) Jahr (i = j), 7) Hittnau, 8) TL, 9) Eiger, 10) Narben, 11) Adan, 12) Gefahr, 13) Nan, 14) Trois, 15) Unrast, 16) Rotkaeppchen, 23) Etat, 25) Es, 29) Nob, 31) Tu, 33) uess, 35) Lina, 36) Unfit, 37a) Ogens, 40) Eat, 41) Balzac, 43) Sepsis, 46) Otaru, 47) Sa, 48) NT, 50) Pick, 52) Jaag (i = j), 54) Arle, 58) Rad, 61) Ars, 63) Bi, 64) TE, 66) Ar, 67) uk, 68) ur.



MM Kleinauktion

17./18. April 1970

Die ideale Einkaufsmöglichkeit für jeden Markensammler.

Über 1800 Einzellose, vom günstigen Sammelposten bis zur Doppelgenf.

Verlangen Sie bitte den Katalog (gratis!) bei:

Marken-Müller AG

Briefmarken seit 1922

4010 Basel

Telefon 061 / 34 66 06