

Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 47 (1971-1972)
Heft: 4

Rubrik: Allerlei für freie Zeit

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: 15.01.2026

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

ALLERLEI FÜR FREIE ZEIT

Philatelie

Die Briefmarke — «Aktie» des «kleinen Mannes»?

Seit mehreren Jahren wird von der Briefmarke gerne als der «Aktie des kleinen Mannes» gesprochen. Das ist — gelinde gesagt —, eine lächerliche Übertreibung. Der «kleine Mann», der grösste Teil aller Sammler, kommt normalerweise gar nicht in die Lage, solche Briefmarken zu erwerben, die als «Aktie» gewertet und gleich den Wertpapieren von Handels- und Industriegesellschaften gehandelt werden können. Jene Marken natürlich, die durch den Grad ihrer Seltenheit eine den Aktien ähnliche Bewertung erfahren, bieten durchaus eine grössere Sicherheit als diese und weisen auch eine grössere Wertstabilität und auch Wertsteigerungsfähigkeit auf. Briefmarken dieser Kategorie sind jedoch keineswegs die «Aktie des kleinen Mannes», sondern nur jener wenigen begünstigten Leute, die für ganz wertvolle Briefmarken tausend Franken und mehr zu bezahlen in der Lage sind. Diese Leute darf man aber, bis auf wenige Ausnahmen, kaum als Sammler ansprechen, sondern eben als Käufer von Aktien in Form der Briefmarke und zu reinen Spekulationszwecken.

Da in den durchschnittlichen und selbst «besseren» Sammlungen niemals ein besonderer materieller oder nur der angenommene Wert des Besitzers steckt, so wird zur Ermunterung des Sammlers mit einem Seitenblick auf den Gewinn die Anschauung propagiert, dass eine Zeitspanne von mehreren Jahren eine an Wert kaum beachtliche

Sammlung oder Einzelmarke zu einem Wertobjekt machen kann. Das ist ein Trugschluss. Selbst Jahrzehnte können eine 10-Rappen-Marke mit dem Tellskopf, eine 60-Rappen-Marke sitzende Helvetia, oder eine 20-Cents-Marke der definitiven Flugpostausgabe 1923—30 nicht zu einem Wertobjekt machen, genau so wenig wie eine idiotisch-spekulative Gemäldeserie französischer Herrscher des Afrikastaates Tschad oder eine der einander jagenden Blumen-, Tier- oder Trachtenserien eines Ostblockstaates. Selbst sogenannte «bessere» Marken werden von einem Steigen des Wertes kaum in dieser Weise betroffen, dass man von einem nennenswerten Gewinn sprechen kann.

Viele der kleinen und mittleren Sammler lassen sich verleiten, ihre Sammlung nach den gangbaren Katalogen einer Selbstschätzung zu unterwerfen. Diese Sammler sind Illusionisten. Kataloge dienen lediglich der Preisorientierung und dem Preisvergleich, aber stellen nie die reale Preisbildung dar, die sich einzig und allein nach Angebot und Nachfrage richtet. Auf alle Fälle wird der Durchschnittssammler gut daran tun, seine Sammlung bei der Werthbemessung um mindestens die Hälfte des Betrags zu reduzieren. Und das kann noch zu hoch sein. Mit dieser Bescheidenheit gewappnet wird er bei einem eventuellen Verkauf am wenigsten enttäuscht werden.

Wie zu ersehen, ist die Briefmarke für den Durchschnittssammler absolut keine Kapitalanlage, noch weniger eine Aktie, sondern im besten Falle eine zinsenlose Sparanlage. Wer also Briefmarken nur mit dem Gedanken an einen wirklichen Gewinn zu sammeln beabsichtigt, aber nicht über die hierzu erforderlichen und sehr beträchtlichen Mittel verfügt, dem kann



Briefmarken wie Aktien, aber nicht für den «kleinen Mann»

- Nr. 1 Diese «Aktie» Ceylon aus dem Jahre 1912 notiert so um die 6000 Franken (Y)
Nr. 2 (leicht vergrössert) Diese Schweizer «Aktie» aus dem Jahre 1851 notiert ca. 35 000 Franken(!) (ZST)

man nur sagen: sinnloses Bemühen. Hingegen wird jeder Sammler mit der Freude an der Briefmarke und ihrer Aussage, mit der Freude am ständigen Wachsen seiner «Schätze» niemals eine Enttäuschung erleben, da die finanzielle Seite für ihn unwichtig ist. Der «richtige» Sammler wird das Kind seiner Musse in den seltensten Fällen veräussern, höchstens vererben. Fällt einem solchen unter den kleinen und mittleren Sammlern einmal durch einen glücklichen Umstand eine Marke in den Schoss, die in einem Katalog eine, sagen wir, vierstellige Bewertungszahl aufweist, wird er diese Marke kaum zu Geld machen, sondern seiner Sammlung als Prunkstück einverleiben. Eine derartige Marke kommt, zumindest zu Lebzeiten des Sammlers, kaum mehr auf den Markt. Sie wird dadurch, wenn gesucht, im Preise steigen und kann — bitte, kann — wie eine Aktie einen Gewinn abwerfen, der aber, wie nur bei einer wirklichen Aktie, von nicht allzugrosser Bedeutung ist. Um von der Briefmarke als «Aktie» zu sprechen, dazu gehört schon eine erhebliche Anzahl von Raritäten, oder aber auch nur eine, zum Beispiel die rote «One Cent British Guiana»: Diese «Aktien» sind jedoch für den «kleinen Mann» nur ein Traum.

M. A.