

Alles über Briefmarken

Könige, Präsidenten, Kardinäle, Millionäre - und vierzig Millionen Namenlose in aller Welt sammeln Briefmarken. Sie auch? Dann wird Sie dieser Bericht interessieren. Sie sammeln nicht? Lesen Sie ihn trotzdem - Sie werden ein zauberhaftes Hobby entdecken, das viele glücklich macht - und reich.



Man nennt ihn
"König der Briefmarken":
Henry Stolow -
Mithaber des größten
Briefmarkenhauses der Welt.

Man nennt ihn "König der Briefmarken": Henry Stolow - Mithaber des größten Briefmarkenhauses der Welt. QUICK bringt seine Abenteuer, seine Erfahrungen, seine Ratschläge für alte und neue Sammler. Rolph Gail zeichnete diesen Bericht auf und ergänzte ihn mit eigenen Untersuchungen.

Kein Mensch kann mir etwas vormachen, wenn es um Briefmarken geht. Seit fünfzig Jahren kaufe, verkaufe, steigere, prüfe, taxiere. jage, suche und finde ich Briefmarken in allen Ländern der Erde. Seit einem halben Jahrhundert lebe ich mit, für - und von kleinen gezähnten oder ungezählten bunten Papierchen. Gemeinsam mit meinem Bruder Julius Stolow gehört mir das größte Briefmarkenhaus der Welt. Hauptsitz: New York, Einkaufsbüro in München. Tausend aufregende und verrückte Geschichten habe ich mit Marken erlebt. Menschen, besessen von der Gier nach einer bestimmten Marke, sind mir begegnet. Tausend Geschichten über Marken habe ich gehört.

Eine davon scheint mir die typischste für das Phänomen Briefmarke zu sein. Sie beginnt mit einer Höllennacht in der indischen Hafenstadt Madras.

Schwer atmend liegen der Amerikaner Bratt und der Engländer Walker in ihrem gemeinsamen Hotelzimmer. Der Monsun rüttelt an den Fensterläden. Regenmassen stürzen vom schwarzen Himmel. Die Luft ist unerträglich feucht. Bratt setzt sich im Bett auf. Er tastet nach seiner Taschenuhr auf dem Nachttisch. Nervös reißt er ein Streichholz an. Die Platte des Nachttischs ist leer. Einen Herzschlag lang sitzt Bratt wie erstarrt. Dann springt er mit hellem Schrei aus dem Bett. "Walker! Sie ist fort!" Der Engländer schreckt hoch. Er begreift sofort. "Die Uhr?"

"Ja." Eine Minute später schlagen sie Alarm: Sie wecken den Hoteldirektor, sie schicken nach der Polizei, sie setzen eine hohe Belohnung aus. Sie gebärden sich wie Wahnsinnige.

Alles wegen einer Taschenuhr? Der Morgen bricht an. Duster blicken Brett und Walker hinaus auf die aufgeweichte Straße, auf die immer noch der Monsunregen klatscht. Trostlos. Da geschieht das Wunder. Zwei Polizisten bringen den Dieb und die Uhr. Bei dem Versuch, sie zu verkaufen, wurde er gefaßt. Er ist Hausbursche im Hotel. Bratt reißt die Uhr an sich und öffnet den Rückdeckel. Leer! "Wo hast du die

Marken hin?" schreit er den Dieb an. "Was für Marken?" "Briefmarken! Hier, unter dem Deckel waren sie!" "Buntes Papier?" "Ja. So groß nur. Zwei! Wo sind sie?"

"Schmutzige Papierchen... Ich hab sie ins Feuer geworfen", erklärt der Dieb. Ohne jede Regung. Ohne Bedauern. Ganz sachlich. Einen Moment lang sieht es aus, als würde Bratt sich auf ihn stürzen. Er tut es nicht - denn um konsequent zu sein, müßte er auch dem Polizisten an die Gurgel fahren. Dieser Polizist stellt nämlich mit höchster Befriedigung fest: "Hauptsache, Sir, Sie haben Ihre Uhr wieder."

Die beiden "schmutzigen Papierchen" waren Raritäten, die heute gut und gern je hunderttausend Mark wert sind: eine rote und eine blaue Mauritius-Marke aus dem Jahre 1847.

Walker und Bratt hatten diesen Schatz in einem Dorf bei Madras aufgespürt und gehoben. Und sie hatten mit ihm mehr verloren als nur einen kostbaren Besitz: ihren Stolz, etwas Unwiederbringliches, Legendäres zu besitzen. Und das teilt sich nicht nur dem mit, der den bunten Papierchen verfallen ist.



Die älteste Briefmarke Deutschlands: der bayerische „Schwarze Einser“. Ausgabejahr 1849. Heutiger Wert: 550 bis 1200 Mark.

113 qcm „Altpapier“ - für 335 000 Mark

Jetzt, am 1. Oktober 1963, geht das aufregendste Briefmarkenereignis der letzten Jahre in London über die Bühne: die Versteigerung einiger dieser wertvollen Mauritius-Marken aus der Sammlung des 1960 verstorbenen Tabakmillionärs Burrus. 316 Lose werden dabei aufgerufen, zu einem Schätzwert von über sieben Millionen Mark. Das billigste Angebot liegt bei 45 Mark. Beim Durchblättern des bebilderten Versteigerungskatalogs feierte ich Wiedersehen mit dem wertvollsten Stück, das eine Markensammlung zieren kann: einem Kuvert mit der roten und der blauen Mauritius "Post Office" von 1847. Es wird für umgerechnet 335 000 Mark aufgerufen... Ich habe vor nicht sehr langer Zeit die Sammlung Burrus in der Hand und unter der Lupe gehabt. Ich habe sie genau geprüft und - dreizehn Millionen Mark dafür geboten: Ein Konsortium italienischer Briefmarkenhändler bot noch mehr. In seinem Auftrag kommt die Sammlung - rund siebenhundert Bände - jetzt und in nächster Zeit unter den Hammer. Es wird sich herausstellen, ob ich einen Fehler gemacht habe, nicht mehr zu bieten. Selbst ich frage mich manchmal: Wie sind solche Preise möglich? Wie können erwachsene Menschen Hunderttausende zahlen für ein, zwei kleine Schnitzel Papier? Für Briefmarken? Was sind das überhaupt - Briefmarken?

Ursprünglich: Vor rund 125 Jahren eingeführt als Mittel, den Briefverkehr zu vereinfachen. Das Porto mußte nicht mehr wie bis dato beim Aufgeben des Briefs bezahlt oder vom Empfänger eingezogen werden. Bald danach: Objekte des menschlichen Sammeltriebs - und Gewinnstrebens. 1860, nur zwanzig Jahre nach Ausgabe der ersten Exemplare, handelte ein New Yorker Geschäft bereits mit Marken.

Heute:

- Das verbreitetste Hobby der Welt.
- Ein Spekulationsobjekt.

- Eine Gelegenheit zur Geldanlage.
- Eine Konkurrenz der Aktie.

Wenn ich einige Meilensteine der Philatelie aufführen sollte, Ereignisse und Menschen, die von der Entwicklung des Markensammelns zeugen, würde ich nennen: Eine Londonerin, die Mitte des 19. Jahrhunderts aus Spaß eines ihrer Zimmer mit Briefmarken tapezierte. Einige Jahrzehnte später ist die Tapete mehr wert als das ganze Haus. Das Jahr 1851, in dem in der Zeitung "Herald" bereits die erste Tauschanzeige für Briefmarken erscheint.

Das Erscheinen des ersten Briefmarkenkatalogs Anno 1862 in Straßburg. Die vielsagende Anzeige, die im Jahr 1891 in einer Zeitung auf der Insel Mauritius zu lesen ist: "Briefmarkensammler, Besitzer einer Sammlung von 12544 Marken, möchte ein Mädchen heiraten, das eifrig sammelt und Besitzerin der blauen 2-Pence-Marke von Mauritius aus dem Jahr 1847 ist." Der Herr hat allerdings zu große Ansprüche gestellt. Bereits zu groß für das Jahr 1891. Er blieb, soviel ich weiß, allein...

Hobby mit Profit und Tränen

Rund fünf Millionen Philatelisten - so nennt man die Markensammler - gibt es bereits in Deutschland. Etwa vierzig Millionen auf der ganzen Welt. Ein ständig schwellender Strom von Marken ergießt sich über die Erde:

- * Am 6. Mai 1840 wird in London die erste aufklebbare Briefmarke verkauft.
- * 1860 gibt es bereits rund tausend verschiedene Marken in zahlreichen Ländern.
- * Um die Jahrhundertwende hat die Zahl schon 16 000 erreicht.
- * Im Jahre 1910 sind es 27 000.
- * 1940 sind es 75 000.
- * 1963 können und müssen die Sammler unter mehr als 100 000 verschiedenen Briefmarken wählen.

Markensammeln ist das Steckenpferd der unbegrenzten Möglichkeiten geworden. Kein Wunder, daß der Umsatz des deutschen Briefmarken-Einzel-

handels jährlich hundert Millionen D-Mark überschritten hat, dass die alten, die "klassischen" Marken knapp werden; daß die Kundenkartei unserer Firma Stolow in New York nicht weniger als eine Million Namen umfaßt. Ich habe oft darüber nachgedacht, warum die Briefmarke jenseits aller romantischen Überlegungen ein so beliebtes Objekt der Geldanlage geworden ist. Die Gründe sind erstaunlich einleuchtend und - unkompliziert. Gute Briefmarken sind begehrt

... weil sie ständig im Preis steigen. Je mehr die Zahl der Sammler anschwillt, um so mehr wert werden die in beschränkter Zahl vorhandenen Marken.

... weil sie sich - auch dieser Gesichtspunkt zählt für viele - leicht dem Zugriff des Finanzamts entziehen lassen.

... weil sie Geldentwertungen und Währungsreformen nicht abgewertet, sondern aufgewertet überstanden haben.

... weil ihr Wertzuwachs meist erheblich größer ist als der Kaufkraftschwund unseres Geldes.

... weil sie krisensicher sind und krisensicher bleiben werden.

Ist es ein Wunder, daß sich an dieser Briefmarke ein Feuerwerk von fast unglaublichen Erlebnissen entzündet hat? Diese Erlebnisse will ich erzählen. Ich will von dem besessensten aller Markensammler erzählen, von Philipp Ferrari. Sein Leben war eine einzige Hetzjagd nach Marken. Ich will berichten von dem amüsanten Betrüger Marie David de Mayrena, der als Phantasiekönig schwunghaft mit Marken des "Königreichs Sedang" handelte - das gar nicht existierte. Oder von Jean de Sperati, der so gut fälschte, daß ihm die Experten seine Fälschungen nicht glaubten. Und von Hector Giroux, der wegen einer einzigen Marke zum Mörder wurde.

Ich will erzählen, was ich mit König Faruks Briefmarken in Ägypten erlebte; wie ich das Vergnügungsleben des Prinzen von Jemen durch Marken finanzierte; warum mein Bruder Julius und ich als Kinder einen Fußball gegen ein Briefmarkenalbum tauschten und wie wir die "Briefmarkenkönige" wurden. Ich will von Marken erzählen, die

das Kriegsgeschehen beeinflussten. Ich werde sie vorstellen, die großen, die kleinen, die tragischen und die komischen Helden aus der turbulenten Vergangenheit der Briefmarke. Ich will schildern, wie Briefmarken Geschichte und Geschichten machten. Wie die Briefmarke - die Vielgeliebte, Heißbegehrte, oft Verfluchte - Schicksal spielte, Menschen glücklich machte. Oder ihr Leben zerstörte. Soweit Henry Stollow.

Rauschende Feste, lange Nächte - mit Marken finanziert.

Ein Abend des Wonnemonats Mai 1959. Paul Singer, der in Österreich geborene Chef des Briefmarkenhauses Shanahan, zeigt sich zum letztenmal in seinem Glanz. Sämtliche Fenster seiner Luxusvilla sind hell erleuchtet. Die Villa liegt am Rand der irischen Hauptstadt Dublin. Wer sich dafür interessiert, kann von Paul Singer mühelos erfahren, daß sie ihn zwei Millionen Mark gekostet hat. Nun, mit Briefmarken hatte er sie relativ leicht verdient... Drinnen geht es lustig zu. Musik, Stimmengewirr, Kaskaden nicht ganz feinen weiblichen Gelächters. Dazwischen knallen Korken. Singer gibt eine seiner beliebten, teuren, munteren Champagnerparties. Der Hausherr steht neben der Bar und sieht nicht unzufrieden, wie die Gäste auf seine Kosten allmählich außer Rand und Band geraten. Singer, schmeichelhaft "König Paul" genannt, ist ein kurzbeiniger, schwerer Mann. Zweieinhalb Zentner Lebendgewicht hat ihm der ausgiebige Genuß seines Erfolgs als Briefmarken-Auktionator beschert. Ohne den Ziegenbart wäre sein Gesicht ein echtes Querformat. Ein melancholisches Gesicht, das fast halslos auf den Schultern sitzt. Doch der Schein der Schwermut trägt. Der Blick, mit dem Singer seinen Gesprächspartner mustert, einen Geschäftsfreund aus Deutschland, verrät Selbstzufriedenheit und Intelligenz. "Ich kann ein gutes Geschäft zehn Meilen gegen den Wind riechen", erklärt er bescheiden. "Das ist alles." "Stimmt es, daß Sie rund hundert Millionen Mark Umsatz erreichen wollen?" "Ja." Singer versucht eine Kopfbewegung, die er für ein Nicken hält. "Wenn es weitergeht wie bisher, schaffen wir es spielend. Und warum sollte es nicht so weitergehen?" Ja, warum nicht? Weshalb sollte die

Karriere des Mannes, der als Elfjähriger von Wien nach England kommt und sich verbissen hochkämpft, bis er als 43jähriger die Leitung des weltberühmten Briefmarkenhauses Shanahan übernehmen kann - weshalb sollte diese Karriere ihren Höhepunkt bereits überschritten haben? Singer ist schließlich erst 48. Noch aus einem anderen Grund scheint Singers Optimismus berechtigt: Er hat eine Option auf die Briefmarkensammlung des Tabakmillionärs Maurice Burrus erworben. Sie enthält Kostbarkeiten, bei deren Nennung Sammler ehrfürchtig verstummen. Singer hat den Burrus-Erben vierzig Millionen Mark für die Sammlung zugesagt. Ein Teil der rund siebenhundert Alben ist bereits beim Auktionshaus Shanahan eingetroffen... Wieder knallen Korken. Ein Rudel Gäste stürmt das kalte Büfett. "König Paul" winkt seinem deutschen Geschäftsfreund noch einmal zu und begibt sich in den Trubel. Die Gesellschaft ist gemischt. Männer in dunklen Anzügen, bekannte Figuren auf dem Dubliner oder dem internationalen Parkett, Namen von Rang und Klang - auch wenn der Klang nicht immer als der reinste gilt. Seriöse Kaufleute, deren einziges Parfum der attraktive Geruch schweren Geldes ist. Ältere Ehefrauen in zu jugendlichen Kleidern. Junge Frauen, schön und in Roben aus Paris, bunte Schleierfische des Dolce vita. Ein gut durchwadisches Mädchen in einem grün und silbern changierenden Cocktailkleid hat die Schuhe von sich geworfen. Sie tanzt solo. Einige Herren, Sektgläser in den Händen, rücken freudig näher. Paul Singer ist stehengeblieben. Nachdenklich betrachtet er seine Gäste. Fast scheint es, als überlege er, wieviel sie für ihn wiegen. Ob er unter ihnen einen Freund findet, wenn er einmal Freunde braucht? Dann wendet er sich um und marschiert mit schweren Schritten auf die silbernen Platten zu, auf denen alle Delikatessen dieser Welt locken...

Er roch Geschäfte - die Pleite aber nicht

Wenige Tage später könnte Singer wirklich Freunde brauchen. Schlagzeilen schreien sein Pech hinaus in alle Welt: "Im Auktionshaus Shanahan ist eingebrochen worden. Briefmarken für fünf Millionen Mark sind verschwunden." Wer kommt als Täter in

Frage? "Ich habe nicht die leiseste Ahnung!" erklärt "König Paul" verzweifelt. Vier Tage danach liefert Scotland Yard eine neue Sensation: Detektive finden einen Teil der Marken in einer Mülltonne versteckt. "Wie sind sie dort hingekommen?" wird "König Paul" gefragt. "Die Marken müssen verlegt worden sein." "Wo sind die restlichen Marken?" "Ich habe nicht die leiseste Ahnung!" Aber die Beteuerung nützt nichts. Die Lawine rollt. Interpol wird eingeschaltet. Singer wandert ins Untersuchungsgefängnis. Mit ihm seine Frau Irma. Mit ihr auch der grauhaarige Ire Jerome Shanahan und dessen Sohn Desmond. Beide spielten bei Singer Direktoren. Betrug? Versicherungsschwindel? Die Maschinerie der Anklagevertretung arbeitet auf Hochtouren. Was sie dem vom Thron gestürzten "König Paul" vorwirft, sprengt jeden Rahmen. Da heißt es, Singer habe eine Vielzahl Leute um Millionen geschädigt. Da ist davon die Rede, daß Singer sich von den Behörden die Erlaubnis verschaffte, über eine Million Pfund (fast zwölf Millionen Mark) in Länder zu transferieren, die nicht zum Sterling-Block gehörten: Er sei wohl ins Ausland gereist, doch ob er von dem transferierten Geld tatsächlich Marken eingekauft habe, wisse niemand. Da wird daß zweihundertsiebzig Zeugen beim Prozess gegen Singer aufmarschieren würden; daß dreitausend Klagen gegen ihn liefen; daß er mit raffinierten Tricks Millionen veruntreut habe. Wie viele Millionen das sind, sagt allerdings niemand. Die sieben angesetzten Buchprüfer haben es noch nicht geschafft, einen halbwegs zutreffenden Betrag festzustellen... Singer wehrt sich verzweifelt. Seine Firma, das renommierte Briefmarkenhaus Shanahan, geht der Auflösung entgegen. Seine Mitangeklagten ziehen sich, so gut es geht, aus der Affäre. "Ich habe mit der ganzen Angelegenheit überhaupt nichts zu tun", beteuert Frau Irma. Sie wird auf freien Fuß gesetzt. "Ich habe im Auftrag Singers den fingierten Markenbestand der Firma durch gefälschte Eintragungen in die Bücher laufend erhöht", pakt Shanahan senior aus. Er und sein Sohn werden gegen Kautionsaus der Untersuchungshaft entlassen.

In der Tat spielen die beiden Iren im Shanahan-Fall bescheidene Nebenrollen. Sie gaben ihm nur ihren irischen Namen. Erst im November 1960

beginnt der Prozess. Es steht nicht gut für "König Paul". Zwölf bis fünfzehn Millionen Mark, umgerechnet, lautet nach Schließung seiner Firma der Fehlbetrag. Geld von Menschen, die wenig Hoffnung haben, dieses Geld wiederzusehen. Die Verlesung der Anklageschrift erfordert fünfundsechzig Minuten. Dann marschieren Zeugen auf, schriftliche Aussagen werden verlesen. Gutachten. Kreuzverhör. Singer verteidigt sich wie ein Löwe. Aber die Karten haben sich gewendet. Sogar das Glück ist gegen ihn. Nach wochenlangem Kampf fällt die Entscheidung. - Richter David Haugh vom Gericht in Dublin verliest mit lauter, nicht unfreundlicher Stimme das Urteil: "Paul Singer, das Gericht erklärt Sie des Betrugs in neunzehn Fällen für schuldig und verurteilt Sie zu vierzehn Jahren Zuchthaus." Für einen Normalmenschen wäre die Angelegenheit damit zu Ende. Doch nicht für ein - so oder so - Überformat wie Paul Singer. Hinter Gittern beginnt er, sich mit juristischen Studien zu befassen. Er bekommt zum Arbeiten eine zweite Zelle, die er mit fünfhundert juristischen Büchern füllt. Er argumentiert, dass der Obmann der Geschworenen, die ihn verurteilt haben, selbst Briefmarkensammler und Kunde des Hauses Shanahan gewesen sei. Sein Urteil sei deshalb als befangen abzulehnen. Singer fordert eine Berufungsverhandlung. Seine Forderung wird erfüllt. 47 Tage lang schießen Singer, seine Anwälte und seine Zeugen vor Gericht noch einmal aus allen Rohren. Dann, am 24. Januar 1962, wird Singer von jeder Anklage betrügerischer Handlungen freigesprochen. Fünfundzwanzig Monate lang saß er im Gefängnis. Nun kann er gehen, wohin er will. Das tut er: Er geht mit den Geschworenen, die ihn freigesprochen haben, essen und lädt sie großzügig wie immer ein. In großer Aufmachung bringen die Zeitungen seine Feststellung, alle Gläubiger des Hauses Shanahan würden voll befriedigt. Dazu erklärt am 5. Februar 1962 Mister Raymond O'Neill im Auftrag der Konkurs-Verwaltung: "Die Geldreserven und der Schätzwert der Briefmarken des Shanahan-Unternehmens belaufen sich auf vierhunderttausend Pfund." Zwischen diesem Betrag und der Summe, die von Paul Singers Gläubigern gefordert wird, klafft jedoch eine Differenz von Millionen. "König Paul" gibt zu Mister O'Neills Feststellung keinen Kommentar. Er ist ins

Ausland verreist. So bleiben die Ansichten über die Schlussfolgerungen zum "Fall Shanahan" geteilt. Die einen glauben, die Briefmarken haben "König Paul" kein Glück gebracht. Andere sind genau der gegenteiligen Meinung. Fest steht das eine: Briefmarken sind nicht nur Ware - für manche Menschen sind sie Schicksal.

Die Geburt der berühmten "Mauritius": Laune unter Palmen

Henry Stolow erzählt: Was die Orchidee unter den Blumen ist, der Kolibri unter den Vögeln, der riesige Hope-Diamant unter edlen Steinen - das ist für mich und viele Philatelisten die sagenumwobene blaue Mauritius unter den Marken. Natürlich kenne ich seltenere Marken, ältere. Es gibt die rote Mauritius, die ihr im Bild gleicht und genauso rar ist. Aber sie alle haben für mich nicht den unerklärlichen Nimbus, den die blaue Mauritius allein durch ihren Namen ausstrahlt. Für Briefmarkenfreunde bedeutet die blaue Mauritius soviel wie für Freunde des Gedichts die Blaue Blume der Romantik, Selbst alte Markenhändler wie ich bekommen träumerische Augen, wenn von ihr die Rede ist. Dabei ist die sogenannte blaue Mauritius Post Office von der ich spreche, ein Kind des Zufalls: Sie verdankt ihr Entstehen mir der Laune einer schönen Frau. Auf der heißen Tropeninsel Mauritius, fast tausend Kilometer östlich von Madagaskar, soll im Jahr 1847 Mister Gomm den alten Gouverneur ablösen, Für die Inselhauptstadt Port Louis ist das ein Grund zu festlichen Vorbereitungen. Für die Frau des Gouverneurs der Anlass, einen Maskenball zu planen. Dazu hat sich Mrs. Gomm etwas besonders Originelles ausgedacht: Sie will die Einladungen zum Ball mit echten Briefmarken frankieren, wie man das in London schon seit sieben Jahren macht. Bei der Verwirklichung dieses Planes stößt sie allerdings auf eine kleine Schwierigkeit: Mauritius hat keine Marken. Hier springt Monsieur Barnard ein, Uhrmacher, Juwelenhändler und Graveur. In eine alte Kupferplatte, die für Vordrucke von Hotelspeisekarten diente, sticht er nach dem Vorbild der Londoner Marken das Porträt der Königin Victoria. Umrahmt es mit Schriftzeichen. Er beginnt mühsam, die Marken zu drucken. Stück für Stück. Fünfhun-

dert 1-penny rot. Fünfhundert 2-pence blau. In wenigen Tagen sind die Marken ausverkauft. Ein Teil klebt auf den Einladungen zum Maskenfest. Ein anderer Teil geht mit der Auslandspost nach England, Frankreich, Indien. Erst jetzt entdeckt der Postmeister den Fehler: Am linken Markenrand steht "Post Office" (zu deutsch: Postamt) statt vorschriftsmäßig "post paid" (Gebühr bezahlt). Große Aufregung. Unnütze Aufregung, denn die Marken, die wegen ihres Fehlers in die Geschichte der Philatelie eingehen und auf Auktionen Riesensummen bringen sollen, sind längst über alle Berge



Tragik eines Einsamen: süchtig nach Briefmarken

Schon seit Jahrzehnten zählt die Mauritiusmarke zu den begehrtesten Objekten, nach denen die großen Sammler jagen. Viele dieser großen Sammler habe ich gekannt. Viele sind mir mehr als ein Begriff. Da muss ich den Amerikaner Arthur Hind nennen. Plüschfabrikant, Selfmademan, schnell Multimillionär. Er unternimmt Weltreisen um Sammlungen und Marken aufzukaufen. Er ist auf Versteigerungen der härteste Gegner für den Beauftragten des englischen Königs. Er besitzt bis zu seinem Tode die seltenste Marke der Welt, die British-Guiana von 1856 zu 1 Cent. Auf Bällen trägt seine Frau diese Marke wie ein kostbares Juwel zum Abendkleid in einem Medaillon an einem Kettchen um den Hals. Da muss ich von dem Millionenerben Colonel Robinson Green sprechen, einem der reichsten Männer der Welt.

Er ist der Protz unter den Sammlern. Die "Super-Lupe", mit der er seine Briefmarken betrachtet, besitzt eine Linse von einem Meter Durchmesser und kostet zweitausend Dollar. Green wiegt drei Zentner und hat daher Mühe, in seinen Wagen zu steigen oder ihn zu verlassen. In der New Yorker Nassau-Street, einst Zentrum der Briefmarkenbranche, kommen die Händler deshalb mit ihren Marken an

Greens Wagen. Bei heruntergekurbeltem Fenster kaufte er einmal auf einen Schlag Marken für 77 000 Dollar. Da darf ich H. R. Harmer nicht vergessen, den großen, britischen Briefmarkenhändler und Sammler. Er versteigerte die Sammlung von Arthur Hind nach dessen Tod. Er war der Lieferant der Maharadschas und europäischer Fürstlichkeiten. Erfolgreich erklärte er ihnen, wie unauffällig sich Briefmarken beim Wechsel der Regierungsform von der Monarchie zur Demokratie über die Grenzen des Landes bringen lassen. Alle Namen verblissen jedoch vor dem Mann, der ohne Zweifel der größte aller Sammler war. Der besessenste. Der reichste. Der mehr wertvolle Marken zusammentrug als je ein Mensch vor oder nach ihm. Der

unglücklicher war als jeder andere: Philip Ferrari. Rastlos geisterte er durch Europa. Auf der Suche nach Marken. Ein Gehetzter, ein Gespenst. Ein Sklave der Marken...

Kurz vor Mitternacht hämmert eine Faust wie besessen gegen die Tür eines Münchner Bürgerhauses. Zwei, drei Fenster werden hell. Ein schimpfendes Gesicht beugt sich heraus. Aber das Hämmern hört nicht auf. Der Hausknecht öffnet die Tür einen Spalt. Ein schlanker Mann mit Baskenmütze, in einem heruntergekommenen Anzug, schiebt ihn beiseite. Rast die Treppe hoch. Öffnet, ohne anzuklopfen, eine Tür. Stolpert im Dunkeln über einen Stuhl. Von nebenan kommt der Hausherr, im Schlafrock, mit einem

Licht. Er erkennt den Eindringling sofort. "Herr Ferrari!" "Haben Sie etwas Neues für mich? Eine Rarität?" Der Hausherr, ein Briefmarkenhändler, nickt.

Und nun beginnt eine der berühmtesten berüchtigten nächtlichen Séancen, bei denen Ferrari demonstriert, was das heißt: Süchtig zu sein - nach Briefmarken. Gebannt starrt er durch die Lupe. Stundenlang. Mit flackernden Augen verschlingt er die Schätze, die der Händler vor ihm ausbreitet, greift mit zitternden Händen nach den kleinen, bunten Papierfetzen. Sie verzaubern ihn. Und so ist es nicht verwundernd dass er ihnen schließlich sein ganzes Vermögen opfern wird: über dreißig Millionen Goldfrancs.

Prima für Ihr Konto

Sammeln Sie Aktien? Wenn Sie sich's leisten können — unseren Glückwunsch! Aber Briefmarken sind auch nicht zu verachten. Ihr erfreulichster Vorteil gegenüber Aktien: Schon für ein paar Mark kann man anlagefähige Stücke kaufen.

Kein Wunder also, wenn sich immer mehr Leute mit mittlerem Einkommen auf Briefmarken verlegen. Aber auch bei kapitalkräftigen Schichten ist das Interesse für Marken erwacht. Millionenbeträge, die früher an der Börse umgesetzt worden wären, werden heute in Marken placiert. Erstaunlich. Aber verständlich, wenn man den amtlichen Aktien-Index mit dem Briefmarken-Index vergleicht:

Stichtag	Aktien-Index	Briefmarken-Index
31. 12. 1960	100	100
31. 12. 1961	104	118
31. 12. 1962	80	143
30. 6. 1963	81	172

Die Briefmarke hat die Aktie, was Wertzuwachs und Krisenbeständigkeit anbelangt, glatt abgehängt. Ihre Aufwärtsentwicklung geht weit über den jährlichen Kaufkraftschwund des Geldes hinaus. Die Briefmarke, gestern noch als „Aktie des kleinen Mannes“ bespöttelt, ist heute ohne Frage ein international gültiges Wertpapier. Und es ist in Berlin ebenso leicht abzusetzen wie in London, New York oder Sydney...



Tendenz steigend

Drei Paradestücke der Briefmarken-Hausse: die „1-Pf-blaugrau“ der Bundespost von 1958, die „1-Scudo-rosarot“ des Kirchenstaats (Alt-Italien) und die „50-Pf-Heuss-schwarzgrau“.

Die 1-Pfennig-Marke (2. Ausgabe mit Wasserzeichen 4) ist in fünf Jahren auf das 200fache ihres Nominalwerts gestiegen. Sie kostet heute im Laden 2 Mark. Und so stieg die gestempelte „1-Scudo-rosarot“, eine klassische Marke aus dem Jahr 1852:

Jahr	Katalogwert
1960	DM 850,—
1961	DM 1000,—
1962	DM 1250,—
1963	DM 1800,—
1964	DM 2200,—

Und schließlich die Heuss-Marke von 1954: Sie wird postfrisch für 45 Mark gehandelt, hat in neun Jahren also eine Steigerung um das 90fache ihres Nennwerts erfahren.