

«Gewappnet für das neue Jahr»

Das Ende eines Jahres ist für jedes Unternehmen der rechte Zeitpunkt, um Bilanz zu ziehen. Ein guter Zeitpunkt auch, um sich erneut vor Augen zu halten, was für die nähere Zukunft geplant oder vorbereitet und was von ihr zu erhoffen ist. Der Fachjournalist Gerd H. Hövelmann führte Ende November ein Gespräch mit den Mitgliedern der Geschäftsleitung der Peter Rapp AG, aus dem wir nachfolgend Auszüge veröffentlichen.



Gerd H. Hövelmann
Fachjournalist



Peter Rapp
Inhaber und Auktionator



Marianne Rapp Ohmann
Kaufmännische Leitung



Jean-Paul Bach
Philatelistischer Experte

Gerd H. Hövelmann: Ob Sie mit dem zu Ende gehenden Geschäftsjahr 2007 zufrieden sind, muss ich Sie nicht fragen, oder?

Peter Rapp: Fragen können Sie schon. Aber Sie kennen die Antwort, haben vieles ja aus der Nähe mitverfolgt. Selbstverständlich war 2007 mit unserer großen und überaus erfolgreichen Jubiläumsauktion im vergangenen Mai ein Jahr, an das wir uns jetzt und auch künftig besonders gerne erinnern. Ein Gesamtumsatz von über 18 Millionen Schweizer Franken und praktisch allseits zufriedene Kunden, dazu, privat gesprochen, ein besonders enger Familienzusammenhalt – kann man sich mehr wünschen? Kein Wunder also, dass wir uns in unserer Arbeit, in unseren detaillierten Angebots-, Verkaufs- und Werbestrategien und in unserem gewissenhaften Umgang mit Einlieferern und Käufern nachhaltig bestätigt sehen. Wir gehen folglich nicht nur gestärkt und entspannt aus dem alten Jahr heraus, sondern auch bestens gewappnet und voll Zuversicht in das neue hinein. Für dieses haben wir uns einiges vorgenommen.

Gerd H. Hövelmann: Auf letzteres komme ich zurück. Aber zunächst: Nach wie vor sind auf dem Briefmarken-Auktionsmarkt in den deutschsprachigen Ländern weit über 200 Auktionsfirmen tätig. Der Markt wird enger, das Gerangel um «die große Einlieferung» stärker, der erforderliche Aufwand für den Erfolg größer. Wie schätzen Sie die Situation ein?

Peter Rapp: Wir sind zwar selbstbewusst und wissen, was wir leisten. Aber wir sind weder überheblich noch weltfremd. Es ist doch gar keine Frage, dass es auch bei Ihnen in Deutschland sowie in anderen Ländern bedeutende Briefmarken-Auktionshäuser gibt, die im Interesse ihrer Kunden Beachtliches zu Wege bringen. Das muss man respektieren. Selbstverständlich stehen wir mit diesen Unternehmen im Wettbewerb – so, wie in jeder Branche. Aber wenn auch andere erfolgreiche Auktionen machen, ist das ein gutes Omen für die Philatelie und damit wiederum für uns. Entscheidend ist doch immer, dass man sich selbst und seinem wohlüberlegten Konzept treu bleibt, dass man seinen Kunden glaubwürdig gegenübertritt und sie von der eigenen Leistungsfähigkeit überzeugt. Dass man immer besser sein will als andere, versteht sich doch von selbst. Aber ein Urteil darüber überlasse ich gerne den Kunden.

Gerd H. Hövelmann: Dennoch kann das Bemühen um Einlieferungen nicht immer von Erfolg gekrönt sein.

Jean-Paul Bach: Das ist es auch nicht. Jede qualifizierte Einlieferung, die wir nicht erhalten, ist für uns bedauerlich. Aber sie ist kein Grund, die Hände in den Schoß zu legen. Ganz im Gegenteil. Eine Einlieferung, die man nicht bekommt, kann zuweilen ein ebenso starker Ansporn sein, wie ein besonderes Erfolgserlebnis. Man muss nur wissen, was man will und was man kann, und dann die Dinge anpacken. Und das heißt: den Kunden von unseren Kapazitäten zu überzeugen. Dann bleibt auch der Erfolg nicht aus. In dieser Hinsicht können wir uns sicher nicht beklagen.

Marianne Rapp Ohmann: Dazu gehört außerdem auch, dass man sich zeigt, dass man immer präsent ist. Das gilt für den Werbeauftritt ebenso wie für den Umstand, dass wir zu dritt über Monate fast ständig auf Einlieferungsreisen sind. Die Kunden wollen wissen, mit wem sie es zu tun haben. Also muss man zu ihnen hin – ganz gleich, wie umfangreich eine potentielle Einlieferung sein mag. Man muss Nähe zeigen, mit dem Kunden persönlich reden, ihn im Gespräch von den Vorzügen einer Einlieferung bei uns in der Schweiz überzeugen. Wir nehmen das sehr ernst und betreiben daher mit unserem gesamten, fabelhaft eingespielten Team einen entsprechenden Aufwand mit hohen logistischen und auch finanziellen Anforderungen.

Gerd H. Hövelmann: Und welcher Art sind die Vorzüge, die Sie ansprechen?

Peter Rapp: Das ist zum einen eine besondere Dienstleistungskultur, der wir uns verschrieben haben: Zuverlässigkeit und Kontinuität in allen entscheidenden Fragen, dann die unbedingte Verpflichtung auf Qualität – auf die Qualität des Angebots, der Präsentation, des Ambientes und der gesamten Auktionsabwicklung. In diesem Punkt machen wir keine Kompromisse.

Jean-Paul Bach: Hinzu kommen natürlich die vielfältigen Standortvorteile der Schweiz, nach denen wir insbesondere bei unseren häufigen Kundenbesuchen in Deutschland immer wieder gefragt werden: die Mehrwertsteuerbefreiung für ausländische Einlieferer, die sprichwörtliche Schweizer Diskretion, der hohe Schutz der Privatsphäre, die einfache zolltechnische Abwicklung und manches mehr. Die Kunden erwarten eine kompetente Beratung, und sie haben auch ein Anrecht darauf. Denn immerhin geht es um ihr Geld.

Gerd H. Hövelmann: Sie sprachen vorhin die Planungen für das kommende Jahr an. Wohin geht es 2008? Mit was dürfen wir rechnen?

Peter Rapp: Zunächst einmal – das können wir schon jetzt verlässlich in Aussicht stellen – mit einem erneut ganz außergewöhnlichen, exquisiten Auktionsangebot, mit zahlreichen Raritäten von philatelistischem Weltrang und einer Offerte hochwertiger Sammlungen, die ihresgleichen sucht. Manche der Einlieferungen, die wir in den letzten Monaten übernommen haben, darunter einige großartige Ausstellungsobjekte, sind wirklich spektakulär. Sie zeigen uns – und werden auch Ihnen demnächst zeigen –, dass wir weiterhin auf einem hervorragenden Weg sind. Wir gehen davon aus, dass das Angebot unserer kommenden Auktion ähnliche Aufmerksamkeit erregen und vergleichbare Zugkraft haben wird wie das vom vergangenen Mai.

Marianne Rapp Ohmann: Details unseres kommenden Auktionsangebots werden wir übrigens allen Interessenten, wie bei uns seit langem üblich, wieder frühzeitig in einer reichhaltig illustrierten Vorschaubroschüre präsentieren. Sie wird voraussichtlich im März zur Verfügung stehen. Darüber

hinaus werden wir uns für unsere Auktion 2008 wieder manches Spezielles einfallen lassen. Sie kennen das ja: Bei uns werden eben nicht nur Briefmarken verkauft. Vielmehr machen wir Rapp-Auktionen stets auch zu einem besonderen gesellschaftlichen Ereignis.

Gerd H. Hövelmann: Kann man das schon konkreter machen?


Peter Rapp: Zur Zeit noch nicht, ich bitte um Verständnis. Bis dahin gehen ja noch einige Monate ins Land.

Marianne Rapp Ohmann: Aber es wird Ihnen gefallen...

Peter Rapp: Meine Familie, meine Mitarbeiter und ich ganz persönlich möchten uns bei allen Kunden und Geschäftsfreunden für die vertrauensvolle Zusammenarbeit im ablaufenden Jahr bedanken. Wir wünschen Ihnen eine besinnliche Weihnachtszeit sowie Gesundheit und Erfolg im Neuen Jahr. Auch 2008 dürfen Sie von uns wieder besondere Leistungen mit besonderer Qualität erwarten – und ein paar Überraschungen.



Rapp

Internationale
Briefmarkenauktionen 

PETER RAPP AG –
INTERNATIONALE BRIEFMARKENAUKTIONEN

Toggenburgerstrasse 139 – CH-9500 Wil – Schweiz
Tel. 0041 71 923 77 44 – Fax 0041 71 923 92 20
www.rapp-auktionen.ch – info@rapp-auktionen.ch

Wir besuchen Sie gerne an Ihrem Wohnort.

Reisetermine

Süd-Deutschland/Rhein-Main-Gebiet
9./10. Januar 2008

Österreich
15./16. Januar 2008

Schweiz (alle Kantone)
22./23. Januar 2008

Nord-Deutschland und Niederlande
29./30./31. Januar 2008

Deutschland-Rundreise (alle Bundesländer)
6./7./8. Februar 2008