

Peter Rapp bringt auch mal eines der legendären «Basler Tübli» unter den Hammer.



SUSANN BASLER

Erfolg als Markenzeichen

BRIEFMARKEN Peter Rapp ist im Schweizer Briefmarken-Geschäft die Nummer eins. Sein Auktionshaus bringt derzeit wieder wertvolle Ware unter die Sammler. Rapp hat schon Marken für 300 Millionen Franken versteigert.

SIMONE LUCHETTA

Ruhe und Gelassenheit seien die wichtigsten Voraussetzungen für einen guten Auktionator, da muss Peter Rapp nicht lange überlegen. Zwei Eigenschaften, die auch ihn auszeichnen, den Inhaber des gleichnamigen Auktionshauses in Wil SG. Selbst in den letzten Tagen vor der jährlichen Auktion lässt er die bohrenden Fragen der Journalistin stoisch über sich ergehen. Der behäbige Rapp ist kein Mann der vielen Worte, und eine «grosse Röhre» führen ist seine Sache nicht.

Dabei geht es wenige Tage vor der Versteigerung im modernen Auktionshaus zu wie in einem Bienen-

stock. Händler, Sammlerinnen, Investoren und Auktionsfirmen aus aller Welt besichtigen die auf vier Etagen ausgestellten Lose, um sich über ihre Gebote klar zu werden. Der gefragteste Mann am Platz ist Peter Rapp, es gilt, Kreditvereinbarungen zu treffen, schriftliche Gebote zu verarbeiten und «Dutzende von Fragen» zu beantworten.

Bis am 27. November bringt der Chef selbst die, wie er sagt, «Ware» unter den Hammer. Das dauert: Pro Stunde ruft er weniger als 100 Lose aus, insgesamt sind es 2300, eingeliefert von Hunderten von Philatelisten aus der ganzen Welt.

Das Angebot ist auch dieses Jahr breit, Schwerpunkte bilden Ware aus dem deutschsprachigen Raum und ganze, «unberührte» Kolle-

ktionen. Von den wertvollsten Losen werden Dutzende für 50000 bis 100000 Fr. weggehen und ein paar wenige für über 100000 Fr. Und er bringe immer alle Lose ab, behauptet Rapp – was ihm in der Branche nicht alle abnehmen.

Insgesamt rechnet Rapp bei dieser Auktion mit 10 bis 12 Mio Fr. Umsatz. Auch für das Auktionshaus kommt dabei ein hübsches Sümmchen zusammen – aus einem «Aufgeld» auf den Kaufpreis von 20%, das der Käufer bezahlt, und einer Gebühr des Einlieferers von 15 bis 20%.

750 000 FRANKEN
ALS REKORDPREIS

Bis heute hat Rapp Marken für insgesamt 300 Mio Fr. unter den Hammer gebracht. Als teuerstes Los ging 1978 eine Kollektion der britischen Kolonie weg – für 750000 Fr. Und 1980 erzielte Rapp einen Auktions-Rekordumsatz von 33 Mio Fr., was ihm prompt einen Eintrag im Guinness-Buch brachte. «Das war Zufall» – und man glaubt es ihm sofort.

Ganz so leicht rollt der Rubel heute nicht mehr. Der Briefmarken-Markt kränkelt (siehe Kasten), der Konkurrenzkampf ist härter geworden. Während vor 30 Jahren in der Schweiz drei Auktionshäuser konkurrierten, kämpfen heute fünfmal mehr um den gleich grossen Kuchen. Grosse Auktionshäuser leiden aber weniger unter der schwachen Marktlage. Von einem schlechten Geschäftsgang will Rapp denn auch nichts wissen, verschweigt aber genaue Geschäftszahlen. Qualitätsware sei immer Mangelware. Darum sei es nicht schwierig, Käufer zu finden, sondern an die richtige Ware zu kommen. Rapp: «Wer die beste Ware hat, gewinnt.»

Dabei kommen ihm die 30-jährige Erfahrung und seine Bekanntheit zu Gute. Bevor Rapp

1971 mit 25 Jahren das Geschäft gründete, hatte er bereits seine Spuren in einem führenden Auktionshaus in Deutschland abverdient. Heute schmeissen seine Tochter Marianne Rapp, die sich ums Marketing kümmert, und er den Laden mit acht Angestellten.

Er ist in einer Märkler-Familie in der Region Wil aufgewachsen, und schon als Bub wollte er seine Faszination für die Briefmarke zum Beruf machen. «Briefe können reden, die Stempel und Marken drauf erzählen Geschichten», gerät er kurz ins Schwärmen, um dann rasch darauf hinzuweisen, dass er heute als Auktionator nicht mehr sammle, sondern für Dritte treuhänderisch tätig sei.

SUCHE NACH NEUER WARE

Versteigern sei eine nüchterne Angelegenheit. Wenn es manchmal mit 400 Leuten im Saal hoch zu und her gehe, etwa «wenn sich zwei das Kopfweh nicht gönnen», dürfe man sich nicht aus den Konzept bringen lassen. Oft werde überbezahlt, weil jede Logik verloren gehe, schildert er, und leise schwingt Begeisterung mit.

Wenn er nicht den Hammer schwingt, bereist Rapp zusammen mit seiner Tochter während 15 bis 20 Wochen im Jahr die ganze Welt, pflegt Kontakte und begutachtet neue Ware. Die übrige Zeit kümmert er sich um den Lose-Versand und Abrechnungen und um die beiden anderen Standbeine der Firma: Eine Galerie und ein Einrahmungsgeschäft. Mit den Auktionen setzt die Firma Rapp mehr als die Hälfte um, über genaue Anteile und Umsätze schweigt sich der Chef aber aus. Gelassen schaut er auch in die Zukunft. Es werde immer Markensammler und Spitzenware gebe. Extra Strategien braucht er deshalb nicht. Und Ziele? «Ich will mit 100 Jahren noch Auktionen machen», feixt er.