

Dirk Schindelbeck

Vom Sammeln und Sich-Sammeln Zu Kultur und Signatur einer Zeiterscheinung



Wer ohne selbst Sammler zu sein einmal in einer Bahnhofsbuchhandlung stöbert, wird sich womöglich wundern. Allein in der Sparte Teddybären und Puppen liegt dort ein Dutzend verschiedener Sammler-Spezialmagazine aus. Bei Uhren, Modellautos oder Parfümflakons ist es nicht anders. Welche Gründe mag es dafür geben? Lassen sich sammelnd die „echten Werte“ sichern – im Gegensatz zur ständigen Entwertung aller Dinge in unserer Warenwelt des immer Neuen und letztlich Überflüssigen? Sind allzu viele unter uns auf einem (Selbst-) Bewahrungstripp? Beschleunigung, die Millennium-Forderung schlechthin, scheint sie hier einen sinnstiftenden Gegenpol zu finden? Wo sonst stellten sich denn auch Ordnung und Übersicht, Beständigkeit und Vertrautheit so konzentriert wieder ein und her wie einer privaten Sammlung! Psychoanalytiker, die in dieser Leidenschaft nur die jeweiligen Ich-Defizite des Einzelnen konstatieren („phallisch-narzißtische Persönlichkeiten!“), greifen vermutlich zu kurz, da sie vor allem die kollektive Dimension des Phänomens verkennen. Man mag einen Überraschungs-Ei-Sammler als Person belächeln, doch wenn es mehr als Fünfhunderttausend davon in unserem Lande gibt, so sagt dies sicherlich auch einiges über die Zeit und die Gesellschaft aus, die solches nötig hat und möglich macht.

Nicht immer freilich hatte Sammeln diese Funktion. Im Laufe der Menschheitsgeschichte, an der Schwelle zur Neuzeit, wurde aus dem zunächst vorsorgenden Sammeln im Sinne eines Nahrungsspeichers das entdeckende, das forschende Sammeln. In dem Maße, wie seit etwa 1750 der Sinn für historisch repräsentative Objekte erwacht, bekommt Sammeln seinen bewahrenden Charakter. Freilich waren es vorerst nur die Begüterten, Königs- und Fürstenhäuser, die sich in exotischen Kabinetten ihren angehäuften Schätzen hingaben. Mit der industriellen Revolution und allmählichen Entstehung der Massenmärkte bekamen bald auch seriell hergestellte Gegenstände einen Wert, der sie sammelnswert erscheinen ließ. Auf der anderen Seite wurden nun auch Normalbürger innerhalb weniger Jahre zu Sammlern – man denke nur an die Liebigbilder der Jahrhundertwende oder die Zigarettenbilder der dreißiger Jahre.

Doch erst vor dem Hintergrund der Überflussgesellschaft der späten sechziger und frühen siebziger Jahre formierte sich eine Haltung, welche die industriellen Produktions- und Konsumtionsbedingungen kritisch sah. Plötzlich offenbarte das Alte und Verstaubte, bei Großmutter noch Alltagsgegenstand, zuvor nicht wahrgenommene Sinndimensionen. Floh- und Trödelmärkte kamen in diesen Jahren verstärkt auf. Schon in der auslaufenden Ära Schmidt und der einsetzenden Ära Kohl hatten sich

viele kulturhistorisch inspirierte Sammelgebiete etabliert, Netzwerke ausgebildet, gab es erste Kataloge und damit Öffentlichkeit – eine breite Sammelkultur in der Bundesrepublik war entstanden.

Freilich dokumentiert eine Sammlung nicht nur solche kollektiven Zeitbefindlichkeiten, sondern immer auch die Brüche und Kontinuitäten im Lebenszyklus von Individuen. Allein: die Anfangs-Geschichte in ihrer dramatischen Version mit starken kompensatorischen Momenten, aus Verlusterfahrungen, Beziehungs- oder Lebenskrisen erwachsen, ist eher die Ausnahme. Viel häufiger findet sich zum Beispiel der Nachahmungseffekt, werden etwa aus Souvenir-Jägern Sammler, oder es wird aus dem „Sport“ des Entwendens von Handtüchern oder Löffeln aus Hotels eine dauerhafte Mensch-Ding-Beziehung.

Eine in Sammlerbiographien häufig anzutreffende Verlaufsfigur ist die Wiederkehr mentaler Prägungen aus Jugendtagen. Wo der Keim zum Sammeln, der während der Pubertät und der Suche nach einem tragenden Lebenskonzept verschüttet schien, früh gelegt wurde, geschieht es fast zwangsläufig, dass im Lebensalter

*Männerwelten en miniature:
Modellautosammler und Feuerwehrspezialist Wolfgang Jendsch aus Radolfzell*



von 35 oder 40 Jahren das einst gelegte Strukturmuster sich wieder geltend macht. Von fundamentaler Wichtigkeit im Sammler-Leben sind natürlich die „Lehr- und Wanderjahre“ mit ihren Erfahrungen der Akquise, der Bewertung von Sammelgut, dem Katalogisieren oder dem Ausprobieren von Ordnungs- und Präsentationssystemen. Ein entscheidender Punkt ist immer die Frage der Geldmittel, die für den Aufbau der Sammlung erübrigt werden können. Nicht selten werden Sammler darüber zu Finanzexperten, legen ganze Arsenale von Tauschmaterial an oder werden zu Händlern. Unverzichtbar ist natürlich auch die Kenntnis der einschlägigen Techniken und Tricks, die dem sammlerischen Vorankommen dienen. Der echte Sammler



scheut weder Mittel noch Wege, sich Kenntnisse zu verschaffen, weshalb allein die Handbibliotheken mancher Sammler beachtliche Spezialsammlungen darstellen. Kaum minder wichtig sind die Außenbeziehungen zu natürlichen „Freunden“ und „Feinden“, die Kontakte zur Sammelgemeinde einerseits (über deren Netzwerk nicht selten Freundschaften von lebenslanger Dauer entstehen), das Verhältnis zu vielen Händlern andererseits, das häufig von Misstrauen oder doch wenigstens Skepsis geprägt ist und bleibt.

Weibliches Sammelgebiet par excellence: Melitta-Filter-Sammlerin Ulrike Linhart aus Stuttgart

Die materiale bzw. thematische Homogenität des Sammelguts ist immer wieder Ursache für geschlechtsspezifische Vorlieben. Porzellan oder Stoff sind Frauen offensichtlich unendlich viel näher als Männern, die von allen Objekten aus Metall stark angezogen werden; entsprechenden Ausdruck finden weibliche bzw. männliche Materialvorlieben in spezifisch aus dem Bereich des Haushalts bzw. der Technik verorteten Sammelgebieten. Deren Stofflichkeit ist aber nicht nur eine Frage des Genus, sondern auch der sozialen Herkunft. Es gibt hier nicht nur die berühmten „feinen Unterschiede“, sondern ausgesprochene Grade der Vornehmheit, da sich schon durch seine Materialität ein Sammelgebiet als edel oder weniger edel erweist. Kein Emailschildersammler käme auch nur auf die Idee, sich mit einem Überraschung-Ei-Sammler gemein zu machen.

Die Materialität des Sammelguts ist auch für die Entwicklung bestimmter Sammelgemeinden von prägender Bedeutung. Menschen mit einer starken Affinität zum Papier wie etwa die Buch- und Briefmarkensammler haben von früh auf ihr Weltverständnis daran entwickelt. Mit diesen ästhetischen Erfahrungen ausgestattet tendieren sie dazu, die Erlebnisse, die ihnen zugleich auch die Wertwelten ihrer Zeit eröffneten, in ihren Sammlungen festzuschreiben. Soziologen würden das mithilfe des Begriffs „Sammlerkohorte“ beschreiben. Für nicht wenige Sammelgebiete heißt das: Es stirbt, wenn seine Protagonisten aussterben. Dann bricht die Nachfrage ein, und die Preise für die Objekte fallen, wie es z. Zt. bei den einst sehr hochpreisig gehandelten Liebig-Sammelbildern zu beobachten ist. Natürlich lassen sich auf der Grundlage solcher Befunde auch halbwegs sichere Zukunftsprognosen treffen, was für die Absatzüberlegungen der Hersteller moderner Massensammelobjekte wichtig ist. Die typische Vertreterin der heute etwa 4.000 Schneekugelsammlerinnen in Deutschland ist zwischen 20 und 35 Jahren alt und unverheiratet.

Gelingt es – und in der Konsum- und Kommunikationsgesellschaft heutiger Prägung erscheint dies in immer kürzeren Intervallen möglich -, ein Massensammelgebiet regelrecht zu inszenieren, so haben findige Medien-Unternehmer daran ihren gehörigen Anteil. Mit ihren Preiskatalogen machen sie das schnelle Geld, indem sie jene Öffentlichkeit erst herstellen, die ein Sammelgebiet erst zum Massensammelgebiet macht. Der damit einhergehende Prozess endet in der Regel kontraproduktiv. Wie am Beispiel der Telefonkarten deutlich wurde, folgt einer schnellen und heftigen Ausweitung des Sammelgebiets mit einem sich rapide ausdifferenzierenden Angebot die irreversible Übersättigung des Sammelvolks.

Wie also sammelt man „richtig“? Es ist keine Kunst, auf dem Abonnementweg anzuhäufen und die in jeder Fernsehbeilage angebotenen Porzellanpuppen oder Automodelle zu kaufen. Fast alle, die so sammeln, erliegen völlig falschen Vorstellungen von deren Wert. Das Erschrecken folgt spätestens dann, wenn das Lebenswerk veräußert wird und nur ein Bruchteil dessen Erlöst werden kann, was dafür einst ausgegeben wurde. Die Kunst des Sammelns besteht darin, mit begrenzten Mitteln etwas Qualitätvolles aufzubauen, und dies meint sowohl ihren bezifferbaren wie nicht bezifferbaren Wert. Grundbedingung dazu ist die Ausbildung einer aktiven und bewussten Sammelkultur, das regelmäßige Außerhausgehen auf Auktionen, Börsen und Flohmärkte, das regelmäßige Studium einschlägiger Fachjournale und der Austausch mit anderen Sammlern. Nur so entsteht die nötige Sachkenntnis, die zudem vor Fälschungen oder unseriösen Praktiken mancher Händler schützt. Unbedingt zu empfehlen sind sogenannte „abgeschlossene Sammelgebiete“, z.B. alles von einer nicht mehr existierenden Firma. Hier ist Knappheit des Sammelguts von vorn herein gegeben, weil ja nicht mehr industriell nachproduziert wird.

An einem Fallbeispiel sei abschließend dargestellt, was mit den bezifferbaren und nicht-bezifferbaren Dimensionen einer Sammlerwelt gemeint ist. Guido Hemmeler ist Pfarrer im kleinen Schweizer Kurort Gstaad im Berner Oberland und hat eine vierköpfige Familie zu ernähren. Für den Aufbau einer Sammlung bleiben also nur begrenzte Mittel. Dennoch hat er in gut zwanzig Jahren die größte Emailschilderkollektion der Schweiz zusammengetragen mit über 600 zum Teil außergewöhnlich seltenen Stücken aus fünf europäischen Ländern. Wie hat er das geschafft?

Pfarrer Hemmeler hat nicht in einem etablierten, sondern einem kommenden Sammelgebiet angefangen. Als er 1978 anfang, waren Emailschilder noch nicht en vogue. Es gab nur wenige Sammler und kaum einen Markt mit entsprechenden Preisen. Natürlich hat er stets seine Kräfte konzentriert. Wenn ein seltenes Schild auf

Von alter Werbung fasziniert: Pfarrer Guido Hemmeler, der größte Emailschildersammler der Schweiz





Das Getränk für Götter und Helden: Bierwerbung um 1924

Große Plakatkunst als Emailschild nach einem Ludwig-Hohlwein-Entwurf (ca. 1914)



einer Auktion mit 40.000 € ausgelobt wurde, konnte er natürlich nicht mitbieten. In einem abgeschlossenen Sammelgebiet, wie es Emailschilder sind – die ersten wurden etwa 1890, die letzten 1960 produziert – waren aber auch preiswertere Stücke rar genug, um im Wert zu steigen. Dennoch sammelt Hemmeler Qualität, nicht Quantität. Grundsätzlich sind für ihn nur Schilder der oberen Erhaltungskategorien interessant. Originalzustand ist absolutes Muss. Restaurierte Stücke und Replikathe scheiden aus. Das heißt natürlich auch, abwarten zu können, bis sich die Gelegenheit bietet, ein rares Stück zu erwerben. Auch nutzt der

„Neben dieser Frau wollte doch jeder sitzen!“ Elsässisches Emailschild aus den fünfziger Jahren



Pfarrer regionale und nationale Unterschiede und sammelt „antizyklisch“. Aufgrund seiner Kenntnis der Szene weiß er, dass das Preisniveau in verschiedenen Ländern stark differiert. Ein Emailschild, das eine belgische Biermarke bewirbt, ist in Deutschland vergleichsweise günstig zu bekommen. Umgekehrt kann ein hierzulande kaum mehr bezahlbares Persil-Schild auf einem französischen Flohmarkt immer noch erschwinglich sein. Schließlich sammelt Pfarrer Hemmeler für Freunde mit und hat ein ganzes Lager mit Tauschware angelegt. Er weiß, was einem ihm befreundeten Radiosammler fehlt, umgekehrt hält der Kollege bei seinen Streifzügen nach Emailschildern Ausschau.

Doch bei aller Professionalität ist für Pfarrer Hemmeler die eigentliche Triebfeder für sein Tun nie merkantil gewesen. Denn was wäre eine Sammlung, wenn sie im Kern nicht immer auch ein Sich-Sammeln beinhaltet und nicht die Individualität, die Seele des Sammlers repräsentiert? Sein Urerlebnis war ein Email-Schild der Bahnhofsmision, das ihm 1978 als Lohn für ein Praktikum überlassen wurde. Seither hat ihn dieses Gebiet nicht mehr losgelassen: werbende Aussagen in Wort und Bild, zu Emailschildern wie für die Ewigkeit gebrannt, heute nur noch stumme Zeugen, ja geradezu Grabtafeln für untergegangene Firmen, Betriebe, Belegschaften, wirtschaftliche und menschliche Schicksale. Stundenlang kann Hemmeler den Botschaften seiner Schilder nachsinnen, sich die Welten ausmalen, für die sie einst standen; immer wieder nimmt er auch mal eines mit in die Predigt, als Anschauungsunterricht, als Anlass zum Sich-Sammeln. Und dann trifft sich seine Berufung als Pfarrer mit einem so profan anmutenden Gebiet wie der Wirtschaftswerbung auf eigentümliche Weise. Denn war nicht auch Jesus selbst, der „Menschenfischer“ im Kern das, was wir heute einen Werbefachmann nennen? Wofür und zu welchem Ende zu werben? Für ein Denken und Fühlen jenseits des Augenblicks, für die Achtung vor dem Anderen und vor den Toten, für eine Kultur des An-Denkens schlechthin.

(Die schönsten Email-Schilder der Sammlung Guido Hemmeler sind vom 14. Mai bis 31. Oktober täglich von 10 – 17 Uhr im Schlossmuseum in Thun ausgestellt).



Die Leichtigkeit des Schokolade-Regens: Emailschild aus Schweizer Fabrikation