Adam Kielbasa-Schoeni (CH)

Jak można zaorać filatelistykę ...

czyli przykłady wybranych grzechów prosto z mojego podwórka w Szwajcarii. Oczywiście, przykłady te są symptomatyczne dla wielu krajów i Zarządów Pocztowych.

Sposoby spędzania wolnego czasu przez ludzi są wyrazem kulturowych etapów rozwoju. Wraz z ich zmianami obserwujemy nic innego jak aspekt zmiany kulturowej. Jednym z przykładów jest upadek filatelistyki, który rozpoczął się na początku lat 80-tych, początkowo ostrożnie, potem coraz szybciej nasilając się. W międzyczasie zbieranie znaczków jest out. Na rynku pozostali więc **filateliści,** których w Szwajcarii można podzielić na dwie grupy – ci z abonamentem i kolekcjonerzy. Liczba abonentów usług filatelistycznych Poczty Szwajcarskiej spadła z 200.000 w 1990 r. do 70.000 obecnie. Ilość kolekcjonerów znaczków szacuje się dziś na około 10-15 tys. i w obu przypadkach panuje tendencja spadkowa. Obie grupy nie są tożsame. Kolekcjoner nie musi posiadać abonamentu bo swoją uwagę koncentruje na wydaniach, które pozyskuje w pierwszej linii poprzez handel. Kolekcjonerzy przywiązują dużą wagę do jakości i są to w większości mężczyźni w wieku emerytalnym, którzy są gotowi wydać większą sumę. Posiadacze abonamentów to grupa kolekcjonerów, w której członkowie, ze względu na ilość wydań, jako pierwsi zaciągają hamulec bezpieczeństwa; **kolekcjonerzy badacze**, dla których filatelistyka jest częścią nauki historycznej; **inwestorzy, handlowcy, detaliści i domy aukcyjne**. Ci wszyscy reprezentują stronę handlu i są biznesmenami i jako tacy nie są filatelistami w rozumieniu tego słowa. Jako biznesmeni chcą (i muszą) zarabiać na filatelistyce - lub na tym, co z niej zostało. Koszty ich działalności muszą być pokryte i możliwie wysoki zysk powinien być oczywiście również osiągnięty. Względy filatelistyczne zatem - całkiem zrozumiałe, nawet jeśli przyspieszające upadek filatelistyki - nieuchronnie odgrywają jedynie podrzędną rolę;

"Nie wiem, czy są jeszcze ludzie, którzy piszą listy" - mówi bez ogródek rzecznik Poczty Szwajcarskiej. *"Ale liczby mówią same za siebie: zdecydowana większość z 1,811 miliarda zaadresowanych listów wysłanych pocztą w 2021 (2.4 mld w 2009 roku) pochodziła z firm lub urzędów państwowych i była frankowana nie znaczkami, ale etykietami elektronicznymi."*W ciągu ostatnich 15 lat roczny nakład szwajcarskich znaczków zmniejszył się o połowę, z 600 do 300 milionów sztuk.

Oczywiście, to wszystko może się wydarzyć wszędzie, zgoda. Cytowane liczby dotyczące filatelistyki w porównaniu do innych krajów są imponujące - zgoda, a mimo to odpowiedzialni decydenci Poczty swoimi wypowiedziami i poczynaniami wbijają dodatkowe gwoździe do trumny Filatelistyki. Ale po kolei:

1. Ilość - Poczta szwajcarska i jej znaczki.

Kiedy dołączyłem do kręgu klientów z abonamentem na początku lat 80 ub. wieku tutejsza poczta wydawała rocznie około: 15-20 znaczków, 1-3 zeszyciki znaczkowe a blok okolicznościowy lub arkusik (do 10 sztuk) ukazywał się naprawdę z okazji wielkiego BIM-BAM co 3-5 lat. Dziś Poczta CH wydaje w abonamencie, co roku, od 30 do 40 nowych znaczków z tego ok. 25-35 pozycji jest wydawanych w arkusikach, w przeróżnych kombinacjach znaczkowych, ~ 2-4 bloki okolicznościowe(!), ~ 3-4 ze-

szyciki znaczkowe. Dodatkowo Poczta wydaje znaczki poza abonamentem: „okolicznościowe”, firmowe i cuda-cudeńka o których poniżej.

2. Jakość

- *Poczta Szwajcarska irytuje kolekcjonerów znaczków i wprowadza nowy regulamin używania stempli pocztowych do unieważniania przesyłek* (TagesAnzeiger/Zurich). Po 132 latach datownik z datą/miejscem nie jest już umieszczany na znaczku, ale obok znaczka. Na il. 1 pokazane jest dla przykładu kasowanie przesyłki masowej. Stemple wykonywano z twardego kauczuku lub metalu.

il. 1

- starannie frankowane - przesyłki **NIE** są stemplowane w okienkach nawet na życzenie. Pracownicy Poczty zasłaniają się nowymi przepisami i odmawiają stemplowanie na życzenie, a menadżerowie się cieszą z zyskanych przez pracownika 10 sekund. Listy z regionu nie są już stemplowane na poczcie, ale w jednym z trzech centrum sortowania listów (il. 2). Nowy sposób kasowania <u>każdej</u> przesyłki wykonany maszynowo

il. 2

- przekreślone zamiast ostemplowane - *Poczta Szwajcarska denerwuje kolekcjonerów znaczków* (TA/Zurich). Coraz więcej urzędów pocztowych jest likwidowanych, obsługę klientów przejmują punkty ajencyjne, które nie posiadają stempli pocztowych. Znaczki są coraz częściej kasowane poprzez ręczne przekreślanie (il. 2). To sprawia, że znaczki są nieprzydatne dla kolekcjonerów.

il. 3 Mazak zamiast stempla

Kto przysłał mi ten list? To pytanie, które pojawia się wielokrotnie przy opróżnianiu skrzynki na listy. Do tej pory wskazówkę dawał stempel pocztowy z miejscem i datą urzędu pocztowego. Ale dziś trudno polegać na stemplu pocztowym. Na wielu koper-

tach widnieje po prostu napis: Härkingen. Jest to miejsce, w którym krzyżują się autostrady A1 z A2 i jest jednym z trzech centrów listowych Poczty Szwajcarskiej. Praktycznie wszystkie listy wrzucane do skrzynki na listy trafiają do tych centrów, gdzie są automatycznie sortowane i byle jak stemplowane. il. 4.

il. 4

Duża część młodej generacji menadżerów poczty (skoncentrowana na wynikach = walka o pozycję, awans), postrzega i traktuje filatelistów, jako: *„aufwändigzubetreuende" (= ungeliebte) Kunden"*, czyli: „praco- i czasochłonnych przy spełnieniu życzeń (= nielubianych) klientów". Nic dodać, nic ująć. Filateliści stoją na drodze kariery, a rozwiązywanie problemów nie jest ujęte w umowie o pracę.

3. Wydania poza abonamentowe

Poczta Szwajcarii nie ma w swoim programie pozycji „znaczek personalizowany". Wprowadziła za to pozycje filatelistyczne, które są szeroko propagowane, ale niedostępne w abonamencie (np. znaczek krypto p. Przegląd Filatelistyczny 12/2022). Filateliści zadają sobie pytanie, po co mi abonament, skoro i tak nie mogę wszystkiego zamówić.

3.1 Wydania z okazji…

Pierwszym taki wydaniem z okazji *czegoś tam* zainspirowanym przez Konferencję Rządów Kantonalnych było wydanie dotyczące różnorodności kulturowej Szwajcarii. Arkusz specjalny zawierał 27 znaczków po 1,10 CHF każdy wg taryfy dla krajowych przesyłek priorytetowych.

il. 5

3.2 Wydania firmowe

1 grudnia 2020 Poczta CH wspólnie z hotelem „Schweizerhof” w Lucernie (z okazji 175 rocznicy powstania tego 5-gwiazdkowego hotelu) (il. 6) zainicjowała nowy rodzaj wydań:

- wydanie firmowe - wprowadzając dwa znaczki do obiegu/sprzedaży (?), każdy w nakładzie 50.000 szt. Znaczki przeznaczone w pierwszej linii dla gości hotelu, sprzedawano wyłącznie w recepcji hotelu. Przygotowano także koperty FDC (il. 7).

il 6

il. 7

- wydania firmowe - Blok z talonem.

Właściwie nie ma fachowej nazwy tego czegoś, bo tego czegoś jeszcze nikt nie wymyślił. „Blok” po lewej stronie posiada znaczek o nominale 1,10 franka, po prawej talon na porcję lodów za 5 franków. Wydanie to, zainspirowane przez filię Gelateria di Berna ukazało się 26 lipca 2022 i tylko tu ten talon był/jest ważny. Oczywiście była też koperta FDC, która szybko awansowała do rangi „rarytasu”.

il. 8

Z jednej strony Poczta ma prawo i obowiązek do szukania dochodów, z drugiej strony widać, jak ciężko jest utrzymać równowagę pomiędzy „starym status quo” i „nowymi” wymogami rynku i przystosowaniem się do zmieniających się kryteriów, tak by nie tracić klientów z abonamentem, bo uzyskanie nowych należy odłożyć w bajki z mchu i paproci.

Na koniec należy jeszcze wymienić **wielki** gwóźdź do trumny filatelistyki. Przyznam - niezależne od Zarządów Pocztowych – RODO – **polityka prywatności.**

Eldorado w zdobywaniu kopert znikło z chwilą wprowadzenia RODO. Sam przez lata otrzymywałem z administracji mojego miejsca pracy koperty po przesyłkach. To, co mnie interesowało i nadawało się do kolekcji zatrzymywałem, resztę po wycięciu znaczków przekazywałem na cele dobroczynne domom dziecka lub misjom chrześci-

jańskim, które sprzedając uzyskany materiał poprawiali swój budżet. Dziś każdy w administracji zasłania się RODO i w ten sposób uniemożliwia zebranie dokumentacji o przesyłkach z początku okresu cyfryzacji.Za 50 lat ktoś może się zapytać, gdzie się podziały te przesyłki z początku XXI w.

Reasumując

Listy pisane odręcznie są dziś raczej rzadkością. Znaczek stał się więc elementem wystroju i coraz częściej reklamy: odpowiedni znaczek na daną okazję na kopercie. Globalna liczba kolekcjonerów maleje od początku ery komputerów. Cyfrowy świat dogania także filatelistów. Cyfryzacji nie da się zatrzymać także w biznesie pocztowym. Jednym z powodów mniejszej obecności znaczków na przesyłkach w Szwajcarii jest to, że 15 milionów przesyłek dziennie nie jest zwykle pokrywanych znaczkami, lecz podlega masowemu frankowaniu. W przeciwnym razie Poczta nie byłaby w stanie przetworzyć tej ilości. Nawet Poczta Szwajcarska nie może nie zauważyć powolnego, ale nieubłaganego upadku roli znaczka pocztowego.