

F4/2007 - Česká známka v roce 2006 - názory filatelisty

NAŠE ZNÁMKOVÁ TVORBA OČIMA SBĚRATELE

Česká známka v roce 2006 – názory filatelisty (2)

Filatelisté si velmi často stěžují na emisní činnost České pošty (přesně řečeno ministerstva informatiky ČR). Nejvíce jim vadí vysoká nominální hodnota všech vydaných známek a různé zvláštní tiskové úpravy, kupony, sešitky a tiskové listy. Bez automatových známek a celin tak činila částka za jednu jedinou sadu všech známek a aršíků v roce 2006 neuvěřitelných 588,50 Kč.

Když se však poohlédneme do zahraničí, zjistíme, že se Česká pošta chová naprosto stejně jako pošty jiných zemí. Například sběratelé Francie potvrdí, že dnes nejsou schopni zkompletovat všechna hlavní katalogová čísla a podčísla emisí, které francouzská pošta vydává. Velkou práci dá vůbec rozeznat, co do takové základní sbírky patří.

My organizovaní sběratelé si musíme uvědomit, že Česká pošta neexistuje proto, aby plnila přání filatelistů, ale že převážně plní naprosto jiné úkoly a nemá jinou možnost, než se na trhu chovat tržně. Příjmy z prodeje poštovních známek filatelistům tvoří zanedbatelně malou část celkové tržby. I když jde v porovnání s jinými činnostmi o vysokou míru zisku (nezanedbatelná část známek končí v albech filatelistů v nepoužitém stavu a Česká pošta nemusí poskytovat žádnou protislužbu), ani to neznamená, že by sběratelé mohli emisní činnost pravidelně ovlivňovat. Mohou se však o to samozřejmě pokusit, což je nakonec i jedním z cílů tohoto článku. Česká pošta se tržně chovat musí, jinak by neuspěla. Podobně jako všechny poštovní správy na celém světě se při své emisní činnosti orientuje více na nefilatelisty, na náhodné kupující, nikoliv na pravidelné odběratele. Nevím, kolik kusů od každé známky či aršíku odebírají členové SČF, ale s ohledem na jejich stále klesající počet odhaduji, že se celkové číslo může pohybovat někde kolem 20 – 30 tisíc. I když k tomu přibývají odběratelé známek ČR z ciziny, celkový počet jistě nepřesahuje 50.000 kusů, spíše bude výrazně nižší. Porovnáme-li tato čísla a výši nákladů jednotlivých emisí, zjistíme, že na odběru organizovaných filatelistů rozhodně pošta závislá není. Přesto by měla mít zájem, aby počet členů svazu a odebíraných emisí neklesal a měla by SČF rozhodně podporovat. A to nejen účastí na velkých výstavách známek, ale i při stabilizaci členské základny.

Filatelisté na svých výstavách a jiných akcích poštu zviditelňují a poskytují jí bezplatnou reklamu. S koncem roku 2006 skončila členům SČF výhoda poskytování prémiových tisků, tzv. černotisků. Rozhodně se domnívám, že by Česká pošta měla nějakou formou své věrné odběratele odměnit. Rakouská pošta vydala v roce 2006 dvě známky mimo emisní plán a abonenty zvýhodnila tím, že příplatkovou známku 75 + 425 c ve prospěch postižených povodněmi dodala v novinkové službě jen za výplatní hodnotu 75 c. Druhou známku v hodnotě 55 c „Vstup rakouské pošty na burzu“ obdrželi odběratelé dokonce úplně zdarma v případě jednotlivých známek či za cenu 50 % u devítibloků. Naše kluby filatelistů jsou sice zvýhodněny při odběru novinek slevou 4 %, ale za tuto odměnu odvádějí práci s tříděním a distribucí známek, zatímco v Rakousku pošta musí všechny abonenty obsloužit jednotlivě (ať už písemně či prostřednictvím některých pošt při osobním odběru). A ještě jedna zajímavost – v loňském roce jsem u příležitosti „hodně kulatého“ životního jubilea obdržel od rakouské pošty

blahopřejný dopis a zdarma aršík 1000 let Rakouska z roku 1996. Ale stejný blahopřejný dopis a další drobný dárek mi Austria-Post doručila i letos, ač jsem žádné významné jubileum neměl...

Již několikrát jsem naznačil, že se Česká pošta musí chovat tržně. Přesnější výraz by asi byl, že se snaží chovat tržně – někdy více, jindy méně, a proto také s rozdílnými výsledky. Nepochopitelný je pro mě například postup, kdy se můj zahraniční partner obrátí na Českou poštu, na exportní oddělení Postfily, zda by mu mohly být dodávány novinky českých poštovních známek, a obdrží lakonickou odpověď, že nikoliv, protože exportní oddělení zajímají jen velkoodběratelé. Přitom novinková služba z Karlových Varů opakovaně inzeruje v německých časopisech a nabízí odběr novinek ČR. Nebylo by tržní, aby Postfila předávala podobné žádosti přímo tam?

S takovým postupem ostře kontrastuje možnost objednávat známky on-line pomocí internetu u velkého počtu nejen evropských, ale i zámořských zemí. Pro naše sběratele asi zatím působí pohádkově skutečnost, že známky objednané on-line v Paříži nebo v Lisabonu jsou doručeny již i do čtyř dnů! Stejně spolehlivě, i když s větším časovým odstupem, mi byly doručeny známky, FDC a jiné filatelistické materiály objednané pomocí internetu např. v Singapuru, Namíbii, Botswaně, Vanuatu a mnoha dalších zemích.

Za již chronickou neschopnost přizpůsobit se požadavkům trhu považuji neustálou neochotu poskytovat sběratelům dodatečné otisky příležitostných razítek jednotlivě podle jejich objednávky. To, co běžně fungovalo v letech reálného socialismu dnes není proveditelné? Navíc za situace, kdy se kvalita otisků příležitostných razítek sice lepší, ale stále ještě není pravidlem. Bohužel v roce 2006 byli sběratelé nejvíce „postiženi“ poštou Boží Dar, kde otisky vánočních razítek jsou v 90 % případů naprosto tragické. Co naplat, že Česká pošta tuto svoji službu opakovaně propaguje v médiích, když pak není schopna provést kvalitní úkon? Podobně nekvalitních otisků razítek z roku 2006 mám k dispozici plno - mám ale obavy, že jejich reprodukce v časopise by ani nebyla možná, protože by na ní nebylo vidět vůbec nic.

A pohled k sousedům? Slovenská pošta poskytuje dodatečné otisky od samého počátku své existence, a to zhruba do jednoho roku od použití razítka. Za první otisk si účtuje 10 Sk (dříve to bylo dokonce 20 Sk), za každý další pak 2 Sk. Není to nic levného, ale pokud sběratel něco potřebuje a zaplatí, má možnost si razítko opatřit. Rakouská pošta poskytuje dodatečné otisky sice jen 14 dní zpětně, ale vyhlášená kvalita těchto otisků nás zavádí o jedno století kupředu. Další rozpor se snahou o tržní chování vidím v tom, že provozní doba prodejen filatelie České pošty v Praze je velmi omezená. Mnoho zákazníků přichází zejména na poštu v Jindřišské ulici s nadějí, ale často jsou rychle vyvedeni z iluzí. Přitom zejména zde nakupuje známky a ostatní materiál převážná většina návštěvníků Prahy – filatelistů i nefilatelistů, a to včetně cizinců, kteří chtějí na svůj pozdrav nalepit hezké známky. V sobotu a v neděli odcházejí s nepořízenou úplně všichni.

Jinak je tomu u našich jižních sousedů. Například rakouská pošta otevřela v roce 2005 přímo v centru Vídně svůj Philatelie-Shop, kde na 80 m² plochy nabízí své známky a ostatní filatelistické materiály denně včetně sobot, nedělí a svátků od 10 do 18 hodin.

Posledním důkazem netržního chování je vydání dopisnice k výstavě Trutnov 2006. Místo aby dopisnice byla vydána dostatečně v předstihu a všichni sběratelé měli možnost se zásobit a „udělat“ tak tržbu, vyšla jen den před zahájením výstavy. Dobře, řekl si každý, dopisnici si od pošty koupím přímo na výstavě. Jenže Česká pošta jako vydavatel této dopisnice ji na výstavě

vůbec neprodávala. Místo aby ji měla za 12,50 Kč k dispozici poštovní přepážka, prodával ji výlučně soukromý subjekt za 20 Kč. Jak snadno pošta přichází o zisk! Přitom emisní konec roku 2006 na mne dělá dojem, že se nepodařilo plnit plán tržeb, a tak navíc „musely(?)“ být vydány známky Vánoční okno s hýlem a Praga 2008, které v emisním plánu původně nebyly, stejně jako dopisnice k výstavě Hradec Králové 2007. Jaký má smysl vydávat dopisnici půl roku před takovou výstavou (sice národního charakteru, ale přece jen z mezinárodního hlediska méně významnou)? Zaručí nám někdo, že v době konání výstavy bude poštovní tarif dopisnice ještě platit?

Každý prodejce se snaží své zboží co nejvíce propagovat. Česká pošta vydává každoročně propagační brožuru s poměrně podrobnými informacemi a vyobrazeními známek. Je to chvályhodné, i když sběratelé doma by si asi přáli, aby měli k dispozici více výtisků. Pak ale vyznívá naprosto nelogicky snaha jednotlivá vydání co nejdéle a úporně tajit. Snažil jsem se již několikrát nové české filatelistické materiály propagovat v zahraničním tisku, k tomu je ale nutno mít tak kvalitní podklady, aby mohly být použity k reprodukci. Ve dvou případech se mi potřebné podklady sehnat podařilo a v časopise Michel-Rundschau vyšly krásné barevné reprodukce aršíku a dopisnic. Není snad třeba zdůrazňovat, že tak snadnou bezplatnou a navíc aktuální reklamu svých výrobků v cizině Česká pošta jen tak nesežene. Ale to, co by mělo být naprosto zřejmé a bez-problémové, je některými odpovědnými pracovníky České pošty bohužel odmítáno a ztěžováno.

Kvalitu nikdy není možné nahradit kvantitou. Vydá-li se Česká pošta v budoucnu cestou kvantity (některé uvedené poznatky touto trendu nasvědčují) počet sběratelů známek ČR doma i v cizině bude klesat ještě výrazněji než dosud. Vždy jsme se chlubili tím, kolik našich známek získalo mezinárodní ocenění, a byla to pravda. Jaksi ale zapomínáme na to, že z minulých úspěchů věčně žít nelze a že v posledních letech velký mezinárodní úspěch zaznamenal jen aršík Akvariální rybičky z roku 2003 na soutěži v Číně v roce 2005. Výsledky stejné soutěže v roce 2006 jen potvrzují trend posledních let, že většinu trofejí a úspěchů „sbírá“ poštovní správa Rakouska, když z celkově šesti hlavních cen za vydání let 2004 – 2005 získala plnou polovinu a navázala tak na své poněkud skromnější úspěchy z let 1998, 2000, 2002 a 2004. Není mi známo, že by česká známková tvorba v roce 2006 získala nějaké mezinárodní ocenění, a to ani žádné umístění na 2. nebo 3. místě. Podobně jako ve všech oblastech našeho života je asi nutno i při výrobě známek najít kompromis mezi snižováním nákladů a dodržováním dosavadní kvality. Musíme se smířit s tím, že ne všechny známky budou tištěny ocelotiskem nebo kombinovaným tiskem, že se bude více využívat ofsetu, že i nadále budou vycházet emise s vyšším nominálem a s různými tiskovými úpravami. Nikdy bychom ale neměli klesnout tak nízko, aby se naše známky staly jen barevnými papírky bez umělecké hodnoty.

Není nezajímavé, že námětu „kvalita poštovních známek“ byla věnována značná část diskuze na společném setkání rakouských a německých filatelistů v Bad Reichenhallu v říjnu 2006. Výsledek této diskuze lze shrnout do tří bodů: 1) známky mají být vizitkou vydavatelské země, 2) známkových emisí by měl být jen omezený počet a v nominálních hodnotách odpovídajících běžným potřebám, 3) náměty a tisková technika známek by měly mít jen tu nejvyšší kvalitu. Nezdá se ti, milý čtenáři, že jsem ve svém článku vyjádřil v podstatě stejné myšlenky, ač jsem v Bad Reichenhallu nebyl?

Mgr. Slavomil Strnad

