

Symposium Winterstamps 21-2-2025: Digitale filatelie, hulpmiddel, noodzaak of spelbreker?

NOODZAAK

Digitale filatelie een noodzaak, John Kuin van Rietdijk veilingen.

Iets vertellen over wie ik ben en wat ik doe. Reeds meer dan 25 jaar bij Rietdijk. De buitendienst. De contacten met inzenders en potentiële inzenders. Daarnaast aangenomen om de digitaliseren van Rietdijk te begeleiden in 1998.

Digitale filatelie wat is dat? Het gebruik van een computer en digitale communicatie bij het verzamelen

Er is voor mij direct een verschil zichtbaar tussen iemand die **beroepsmatig** werkzaam is in de filatelie en iemand die uitsluitend **hobbymatig** verzameld. De noodzaak is voor de een veel groter dan voor de ander.

Filatelie is een “oude hobby” van lang voor de tijd van het internet. Maar dat internet heeft tevens voor een enorme revolutie gezorgd in de wijze waarop je het kunt beoefenen. In de tijd dat wij hier over de noodzaak, hulpmiddel of spelbreker spreken is er online voor heel veel geld postzegels verhandeld.

Met de oprichting van het internet duurde het niet lang voordat online verkoop platforms hun intrede deden en gegeven de aard van het materiaal klein plat en goed verzendbaar waren o.a. postzegels een prima object om ook online verhandeld te worden. Verzending is veel minder een issue dan met bijvoorbeeld auto's meubels etc. alleen al vanwege het formaat.

De hobby wordt overigens wel voornamelijk door ouderen gedaan die veel langzamer dan de jongere generatie de mogelijkheden omarmen. Je kunt het internet en de mogelijkheden direct als concurrentie voor de hobby zien maar ook als potentiële bron van informatie en inkomsten.

Doordat de jeugd momenteel veel minder in aanraking komt met postzegels zien we al jaren een enorme vergrijzing. Daar zit een belangrijk verschil met bijvoorbeeld munten. In 2001 met de komst van de Euro kreeg dat verzamelgebied daarmee een enorme boost onder jeugdigen en ik zie in de praktijk bij dat deel van onze doelgroep veel meer jonge geïnteresseerden dan bij de postzegels.

Ik maak dus eerst een onderscheid tussen de posities beroepsmatige noodzaak en de particuliere noodzaak.

1. Vanuit een zakelijk perspectief

Sinds 1998 bezig met het digitaliseren van een fysiek bedrijf waarvan de fysieke kant overigens nog steeds belangrijk blijft maar wel enorm aan belang heeft ingeboet.

Internet en met name de website zijn een ideaal middel om je bedrijfsmogelijkheden en je dienstverlening te promoten en om in contact te komen met nieuwe klanten en contacten met je huidige klanten te onderhouden. Kent u nog een bedrijf zonder website?

E-mail en nieuwsbrieven zijn een prima methoden om je nieuwe activiteiten (veiling) aan te kondigen. Het versturen van 1000 brieven of 1000 e-mails nog afgezien van de snelheid is inmiddels ook betrouwbaarder en zeker minder arbeidsintensief.

Een goed voorbeeld van de noodzaak is de veilingcatalogus. Om het papieren document (dat we nog immer maken maar waarvan ik verwacht dat we die in de termijn dat ik nog werkzaam ben in dit veld niet meer zullen maken) is er een constante kosten-baten analyse nodig.

Om het document te kunnen verzenden (dat is tijdsgebonden en daarmee al lastiger voor verre bestemmingen) is ook de omvang en het gewicht belangrijk voor de kosten. In de papieren versie van de veilingcatalogus staan ± 1.500 foto's. Online voor dezelfde veiling 30.000/40.000 foto's op onze website en diverse portals. Het is simpelweg niet mogelijk iedereen te voorzien van die hoeveelheid informatie in dat beperkte tijdframe van het moment dat een catalogus online komt tot het moment van verkoop.

De grote hoeveelheid mogelijke informatie-overdracht is dus bedrijfstechnisch een enorm voordeel.

Daarnaast is de reikwijdte belangrijk. Verkocht Rietdijk “vroeger” voornamelijk in Nederland de Benelux, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. Tegenwoordig komend die biedingen en informatie en scan aanvragen uit de hele wereld. Voor de afdeling China in de veiling houden we inmiddels al rekening met het tijdsverschil.

Ook het veilen zelf is gewijzigd. Inmiddels verlopen de veilingen online. In plaats van een veilingzaal is er nu dus een online veilingstelsel nodig. Overigens zijn onze veilingen immer nog gecombineerd (zaal en online) maar diverse andere bedrijven doen inmiddels uitsluitend online veilingen al dan niet “timed-online” of “live-online”. Het niet meer hoeven huren van een veilingzaal is een voordeel. Afhankelijkheid van de veilinghouder van de systemen en stroomtoevoer een gevaarlijk nadeel. Door het mogelijk online bieden is het voor kopers mogelijk om tijdens de veiling van belangstelling en tactiek te switchen. Dat zorgt er voor dat veel bieders niet meer schriftelijk bieden en dat geeft voorafgaand aan de veiling best wat onzekerheid over het verloop. Live bieden en via e-mail bieden heeft natuurlijk wel weer het voordeel dat je als bidder niet afhankelijk bent van de post of je bieding wel bij het veilinghuis aankomt. Door deze ontwikkelingen doen veel meer mensen “live” al dan niet op afstand met de veiling mee.

De vraag is overigens of er echt sprake is van een kostenreductie. Sommige aspecten van de digitale ontwikkeling in het veilingwezen zorgen voor lagere kosten andere voor hogere. Het niet meer huren van een veilingzaal of inhuren van een fotograaf voor het maken van alle afbeeldingen die zijn verdwenen. Het optuigen van een live veilingstelsel en personeel om dat te bedienen is er bij gekomen.

Wel is het zonder de digitale hulpmiddelen heel wat moeilijker om hetzelfde bereik te hebben, zowel aan de inzenders kant als aan de kopers kant.

Veilen zonder internet is mogelijk (er zijn zelfs in Nederland professionele voorbeelden van, maar of dat voor de omzet verstandig is waag ik te betwijfelen). Ook de klanten zullen voor het doen van goede biedingen steeds meer eisen aan de verkaveling en presentatie gaan stellen of anders voor een ander veilingbedrijf kiezen.

Wat de digitale revolutie ook helemaal heeft gewijzigd is de wijze van reclame maken. Mij staat nog bijzonder goed voor ogen dat “snelle jongens” van de Gouden Gids in 30 minuten bedragen bij de toenmalige directeur konden lospeuteren waarvan ik als beginnend medewerker slechts van kon dromen.

Waar een vlotte babbel, een slecht zittend pak van zowel de oudere en de jongere heer (elk jaar een andere) die ons geregeld bezochten met, de belofte van miljoenen telefoontjes naar ons bedrijf als we het maar groots aanpakt..... al niet toe zouden kunnen leiden.....qua omzet!

Tegenwoordig zoeken we de doelgroep die ons nog niet kent (veelal de erfgenamen, de meeste verzamelaars hebben ons bedrijf wel op het netvlies) vooral via Google. En ook dat loopt behoorlijk in de papieren.

Ons valt op dat mensen onder de 25 bijna niet meer bellen! Die mailen of appen allemaal. Daar moet je dus als bedrijf ook op inspelen en rekening mee houden.

2. Vanuit particulier perspectief

Naast dat ik veilinghouder ben, ben ik ook nog verzamelaar. Ik denk dus dat ik ook met die ogen naar de markt kan kijken. Net als iedereen hier heb ik kasten vol literatuur en veilingcatalogi van papier.....maar daar zitten grenzen aan.....hoe groot is uw huis? Daarom hebben we thuis voor de lieve vrede maar afgesproken dat een en ander zich beperkt tot 1 vertrek bij ons thuis.

Internet en de platforms zijn ideaal voor het inwinnen van informatie die voorheen alleen beschikbaar was als je over de juiste bronnen beschikte. Maar het is wel dat er ook een hoop onzin (nepnieuws) op internet te vinden is die mensen zonder kennis dan weer voor waar aannemen met de nodige arbeidsintensieve gevolgen. Bijvoorbeeld momenteel steeds weer uitleg geven over de fantasieprijzen van moderne Euro munten.

Via platforms kun je prijzen van materiaal nazoeken, oude en nieuwe veilingen bekijken en veel achtergrond informatie vinden. De zoekmogelijkheden zijn eindeloos. Daarnaast is internet ook heel handig voor contacten die ver weg te vinden zijn en op die manier voor een veel snellere informatie uitwisseling kunnen zorgen.

Een ontwikkeling naast die van het internet en mail verkeer is die van de sociale media. Ook dat pakt de jongere meteen en de oudere pas na enige tijd op (uitzonderingen daargelaten).

Zaalonderzoek -> wie heeft?

Van ons verzamelaars gebruikt vrijwel iedereen een computer en mail.

➔ Maar merk opniet iedereen! Het kan nog steeds zonder al is dat wel heel moeilijk!

Een veel kleiner deel heeft een Facebook account

Een nog kleiner deel een Instagram account

En een nog kleiner deel een Tiktok account.

Dat lijkt recht evenredig met het aantal jeugdige verzamelaars maar dan andersom! Hoe ouder hoe meer verzamelaars hoe jonger hoe meer social media. Een teken van de tijd.

Als de jeugd niet meer in contact komt met postzegels kun je ook niet verwachten dat het verzamelaars worden.

Wat dat betreft zie ik een duidelijk verschil met de munten (andere tak van ons bedrijf). Nu is er immers nog contant geld dat je als jongere ziet, dat kan hen triggeren. Dat is er met postzegels amper meer.

Sinds de jaren 60 zijn er voor jeugd en jongeren zoveel alternatieve tijdsbestedingen bij gekomen dat het verzamelen van postzegels een van de vele mogelijkheden is, helaas voor velen niet het meest hippe.

Of je teruggang van de populariteit van het verzamelen (deels) kunt wijten aan de digitale revolutie?

Misschien...., maar er speelt veel meer. Daarnaast heeft de digitale revolutie namelijk de wereld verkleind en het verzamelen en de mogelijkheden daarvan enorm vergroot.

De wereld van postzegels heeft een veel langere levensspan dan die van suikerzakjes sigarenbandjes en flippo's en wellicht is die van munten langer, maar ook daar spelen dezelfde aspecten op termijn een rol. Als iets "uit het zicht" raakt is het niet snel meer hip te krijgen bij een doelgroep die het niet kent en werkelijk honderden alternatieven voorgeschoteld krijgt op een snelheid waarvan het voor iemand uit de jaren 40-50-60-70- van de vorige eeuw het gaat duizelen.

Conclusie:

Zonder internet of digitale filatelie **professioneel** opereren is onmogelijk in deze tijd! Je mist dan teveel mogelijkheden.

Zonder internet of digitale filatelie **particulier** opereren is mogelijk maar **niet verstandig**! Je mist dan simpelweg teveel mogelijkheden op het gebied van informatie, determinatie, prijsvergelijk en presentatie.

We zijn mensen die houden van papier we willen graag wat vasthouden.

Zolang dat fysieke aspect voor liefhebbers blijft, blijven er verzamelaars.