

# Wo liegt die Zukunft der Philatelie?

**Zu Beginn eines neuen Jahres erfreuen sich Rückblicke auf das Vergangene großer Beliebtheit. Manfred Klimmek hingegen hat den Blick auf die Zukunft gerichtet und malt ein eher pessimistisches Bild, was die Beschäftigung mit der Philatelie angeht. Was meinen Sie? Diskutieren Sie mit!**

Sind Sie im Jahr 2035 noch aktiver Philatelist oder dann schon Geschichte? Wird es die Philatelie dann noch geben und wenn ja, in welcher Form? Immer, wenn derartige Fragen diskutiert werden, verweist irgendwer auf die Tatsache, dass man diese Frage auch schon vor 30, 40 und 50 Jahren gestellt hatte. Und ja, es gibt die Philatelie heute tatsächlich noch.

Ich möchte hier allerdings darstellen, dass die letzten 20 Jahre nicht mit den nächsten 20 Jahren vergleichbar sind. Natürlich bin auch ich kein Prophet. Da man aber bereits in der Gegenwart aktiv werden muss, um die Zukunft zu gestalten, muss man sich auch trauen, Annahmen unter Unsicherheit zu treffen. Und dies ist möglich. Da die Entwicklung von Veränderungen in der Technologie und danach auch in der Gesellschaft immer schneller erfolgt, ist es hilfreich, sich die Veränderungen der letzten 27 Jahre anzusehen, um eine Vorstellung über die nächsten 17 Jahre zu erhalten. Anfang 1990 gab es noch die UdSSR und weder das Internet noch GPS. Den Google-Index, der unser Verhalten tiefgreifend verändert hat, gibt es erst seit 1996.

## Was erwartet uns in den nächsten 17 Jahren?

Die Computerisierung wird weiterhin rasant voranschreiten. Mindestens 50 Prozent des Transportes mit Lastkraftwagen und Zügen in Europa wird selbstfahrend (autonom) erfolgen. Der Paketversand erfolgt durch Drohnen und Roboter. Virtuelle Führungen durch Ausstellungen werden ebenso zum Standard gehören wie der Fortfall einer Tastatur zur Erfassung von Daten. Diese besonders extremen Sprünge basieren auf der Entwicklung der Künstlichen Intelligenz, der Kompetenz zur Erkennung und dem Vergleichen von komplexen Mustern, sowie der Möglichkeit von Computer-Programmen, die eigene Lösungskompetenz selbstständig zu erweitern.

So weit so gut (oder so schlecht?). Was bedeutet dies nun für die Philatelie, die sammelnden Menschen und deren Umgang miteinander?

Wenn man heute noch einen großen Anteil an Sammlern findet, der sehr gut ohne Computer auskommt, gilt dies in der Zukunft nicht mehr. Ein im Jahre 2035 65-Jähriger wurde im Jahre 1970 geboren. Im Mai 1976 kam der Apple I auf den Markt und ab 1982 gab es in Deutschland bereits den beliebten Personal Commodore C64. Ein Teil der Jugend, die Zeit der Ausbildung und der Berufsausübung wurde für diese Generation durch Computer geprägt. Der heute noch verbreitete „analoge“ Sammler wird durch den „digitalen“ Sammler abgelöst, der vollständig andere Verhaltensweisen an den Tag legt.

Im Jahre 2040 wird es wohl zum 200. Geburtstag der Penny Black noch einmal eine Weltausstellung in London geben, auch wenn dies die Organisatoren noch nicht wissen. Dies ist aber

eine letzte und einmalige Ausnahme zu diesem ganz besonderen Anlass. Ansonsten besucht man solche Ausstellung virtuell von zu Hause aus mit einer 3D-Brille. Der Versand von Papierpost wird zum Exoten werden und das Sammeln einzelner Marken in Papierform zur Vervollständigung abgegrenzter Gebiete wird zum Erliegen kommen.

Da das Internet eine Vollständigkeit aller Informationen auch bezüglich Abarten, Stempel und Fälschungen in Echtzeit bietet, ist Vollständigkeit kein erstrebenswertes Ziel mehr. Hinzu kommt der bereits intensiv einsetzende Trend fort vom Besitz und hin zum Recht auf Nutzung über das Internet. Jugendliche haben keinen Fernseher mehr, keine CD- oder DVD-Sammlung, sondern nutzen Online-Angebote (Streaming) und eBooks stehen nicht im Schrank.

Ein Interesse an der elterlichen Briefmarkensammlung besteht nicht mehr aus Nachahmung, sondern nur noch, wenn ein entsprechender Verkaufswert erwartet wird. Aufgrund der Verfügbarkeit im Internet und des Trends weg vom Besitz zur virtuellen Nutzung sowie des erkennbaren Werteverfalls bestehender Sammlungen verändern sich die Bedürfnisstrukturen grundsätzlich und nachhaltig.

Alle Geschäftsmodelle, die den Sammler bisher bei der Vervollständigung seiner Sammlung unterstützten, haben nun keine Zukunft mehr. Hierzu zählen auch Abonnements, Online-Auktionen und lokale Händler. Das Angebot an Papiergebundenen Publikationen und Katalogen wird bereits innerhalb von zehn Jahren eingestellt worden sein. Bilden Annoncen die Haupteinnahmequelle und werden diese nach Auflagenhöhe berechnet, ist auch hier das Geschäftsmodell kurzfristig zu überdenken.

Der Philatelie-Markt wird sich in zwei völlig getrennt zu bearbeitende Segmente aufsplitteln. Hochpreisige Einzelstücke, die sich nachweislich zur Wertanlage eignen, gehen immer. Philatelie wird hier eine Unterkategorie der Kunstgeschichte, eine Sektion in Museen und Auktionen werden. Die Briefmarke steht dann auf einer Stufe mit Bildern oder Skulpturen.

Andererseits ist der Mensch aber – genetisch bedingt – ein Sammler und Jäger und dies wird sich auch nicht ändern, wenn wir irgendwann einmal auf einem Asteroidengürtel wohnen. Setzen wir eine gewisse Ratio voraus, wird er sich nicht mit Dingen beschäftigen, die ein Computer besser kann. Hierunter fällt die Identifikation, Prüfung und Einordnung von Marken. Mit allgemein verfügbarer Scanner-Technologie werden philatelistische Einheiten in mehreren Schichten gescannt und alle Details mit im Internet gespeicherten Datenbeständen abgeglichen. Farben, Perforationen, Wasserzeichen, Reparaturen, Stempel und natürlich auch Fälschungen erhält man in Echtzeit. Die Prüfer-Gilde wird Vorgaben für die Prüf-Algorithmen der Programme erstellen, aber selbst keine Marke mehr in die Pinzette nehmen.

Die gesuchte und somit die angebotene Produktpalette wird sich verschieben hin zu Einzelstücken mit einer Geschichte oder historischen Relevanz. Die philatelistische Kompetenz des Sammlers zeigt sich in der „Deutung“, die dem Computer noch

(!!!) überlegen ist. Es geht um bedeutsame Destinationen, Empfänger oder Absender, textliche Inhalte und die Kombination von all dem. Die Leistung und somit der Reiz liegen dann darin, das Bedeutsame zu erkennen. Das hierfür benötigte Suchen, Finden und Interpretieren von Informationen hat die Generation Google ja von Jugend an gelernt.

Bereits heute gibt es auf „Social Philately“ spezialisierte Fachzeitschriften und Artikel von Auktionatoren, die für dieses Thema begeistern. Wer die beschriebenen Annahmen nachvollziehen kann, wird erkennen, dass es sich um tektonische Verwerfungen und nicht um langatmige Evolutionen handelt.

Es wird eine intensive Konsolidierung in allen Angebots-Funktionen geben. Wer noch den letzten Euro aus dem Status Quo herausholen will, wird keinen freien Platz mehr finden. Gewinnen werden die Organisationen, die dieses Verhalten als Meinungs-Führer sehr früh adaptieren und den zukünftigen Kunden auf diesem Weg begleiten.

### Die Reise nach Jerusalem hat bereits begonnen.

In der Kürze können nur einzelne Auswirkungen auf die Marktteilnehmer behandelt werden.

Lokale Vereine wird es weiterhin geben, wenn auch in sehr reduzierter Form und vorwiegend zur Pflege und Bewahrung lokaler Geschichte über Heimsammlungen. Auf regionaler und überregionaler Ebene wird es nur noch internet-basierte „Vereine“ geben, da nur so eine ausreichende Anzahl von Mitgliedern zusammenkommt. Informations-Austausch, An- und Verkauf sowie die Präsentationen von Exponaten erfolgt in Form von Portalen und Blogs. Die klassische Vereins-Organisation mit Vorständen, Mitgliedsbeiträgen und Jahreshauptversammlungen wird es nicht mehr geben, da dies keinen Mehrwert generiert.

Das Informations-Angebot wird aber dennoch qualitativ hochwertiger und umfassender sein (Autorensysteme, Online-Datenbanken und mehr). Der Betrieb derartiger Plattformen ist dann technologisch und finanziell nicht mehr von Privat-Personen zu stemmen. Hier wird sehr frühzeitig eine natürliche Selektion stattfinden. Auch wenn die Nutzung solcher Plattformen zwingend kostenlos sein muss, werden die zukünftigen Betreiber hier ein Geschäfts-Modell erkennen und wirtschaftlich höchst profitabel umsetzen können. Die „Währung der Zukunft“ ist die Information über die Interessen und das Such-Verhalten von potenziellen Kunden, über welche dann zielgruppengenau geworben werden kann. Philatelistische Plattformen agieren dann wie Google oder Amazon.

Da es keine klassischen Vereine mehr gibt, benötigt man auch keine Verbände. Der aktuelle Mehrwert, den diese Organisationen bieten, wie Fälschungsbekämpfung oder Ausstellungswesen wird durch voraussichtlich kostenlose Apps abgelöst. Da sich die „Philatelie der Masse“ mit Analyse und Suche beschäftigen wird und die Vollständigkeit nicht mehr im Vordergrund steht, muss sich auch das Geschäftsmodell der Händler ändern. Die Anzahl von Sammlern pro Quadrat-Kilometer wird auch in Großstädten kein Ladenlokal mehr rechtfertigen. Persönliche Beratung wird von den meisten nicht mehr nachgefragt und Zubehör verkauft sich online. Der Einzelhandel wird verschwinden und der Großhandel auf 2 bis 3 Firmen konzentriert.

## Vereine – eine aussterbende Art?

Man mag es drehen und wenden, wie man will: Allerorten hört man häufiges Klagen, zuweilen gar Heulen und Zähneknirschen ob der Vereinsentwicklungen der letzten Jahre und Jahrzehnte, die manche nur noch als bevorstehenden „Abschied ins Nirwana“ im Sinne eines zu erwartenden Untergangsszenarios etikettieren. Stimmt das wirklich, trifft dieses tatsächlich zu? Dieser Frage widmet sich das Consilium Philatelicum des BDPH mit einem Vortrag seines Vorsitzenden Wolfgang Maassen in einem ersten „Philatelistischen Frühschoppen“ am 17. März 2018 im Bonner Haus der Philatelie und Postgeschichte von 11 – 13 Uhr.

„Vereine – Keimzellen der Philatelie: Vom Aussterben bedroht? Zahlen, Fakten und ein sehenswertes Exponat“ lautet das genaue Thema. Der Referent wagt dazu den Rückblick bis zu den Anfängen philatelistischer Vereine in Deutschland, zeigt deren Entwicklungen auf und belegt dies mit – teils erstaunlichen – Zahlen. Früher war nicht immer alles besser – das gilt es zu beweisen. Aber er stellt auch ein sehenswertes Vereinsexponat eines Vereines aus, eines namhaften Vereines, der seit wenigen Jahre Geschichte ist und dessen Geschichte er bewahrt. Jeder Interessent ist zu diesem Vortrag herzlich eingeladen. Der Eintritt ist frei, eine kleine Spende für einen kleinen Imbiss erbeten. Ebenso die Voranmeldung, die an [W.Maassen@philcreativ.de](mailto:W.Maassen@philcreativ.de) oder telefonisch an 02163 / 49760 durchzugeben ist.

Es wird immer einen Markt für Philatelie als Wertanlage geben, der von Auktions-Häusern bedient wird. Um die Logistik wie Auktionssaal oder IT-Systeme auszulasten, muss ein bestimmtes Volumen tatsächlich verkauft werden. Die abgeschnittene Massenware muss somit durch andere Produktgruppen wie Uhren, Gemälde und Skulpturen ersetzt werden. Dies geht nur durch Kooperationen.

Nur wer über wirtschaftliche Erfolge informiert ist, wird bestrebt sein, selbst solche Erfolge zu erzielen. Nur wer die Möglichkeit für eigenen gewinnbringenden Erfolg sieht, wird aus diesem Motiv heraus hochwertige Produkte selbst erwerben. Hier ist ein länderübergreifender Informationsdienst mit Datenbank, Newsletter etc. entsprechend der bewährten Praxis bei Aktionärsbriefen aufzubauen. Man kauft und verkauft beim Marktführer. Aktuell ist diese Position noch nicht besetzt.

Der Charme und Reiz, der der Philatelie heute innewohnt, wird in 20 Jahren verloren gegangen sein. Zusammenhänge im Rahmen von „Social Philately“ zu erkennen und zu ermitteln, ist jedoch immer noch etwas, bei dem der Computer den Menschen zwar unterstützen aber nicht ersetzen kann.

Die Begeisterung hierfür muss von den Anbietern von Morgen den Nachfragern von Morgen vermittelt werden. Aktuell fehlen hierfür noch die Konzepte. Es kann somit auch 2035 noch eine philatelistische Zukunft geben; diese hat allerdings mit der Gegenwart oder Vergangenheit sehr wenig zu tun.

*Manfred Klimmeck*