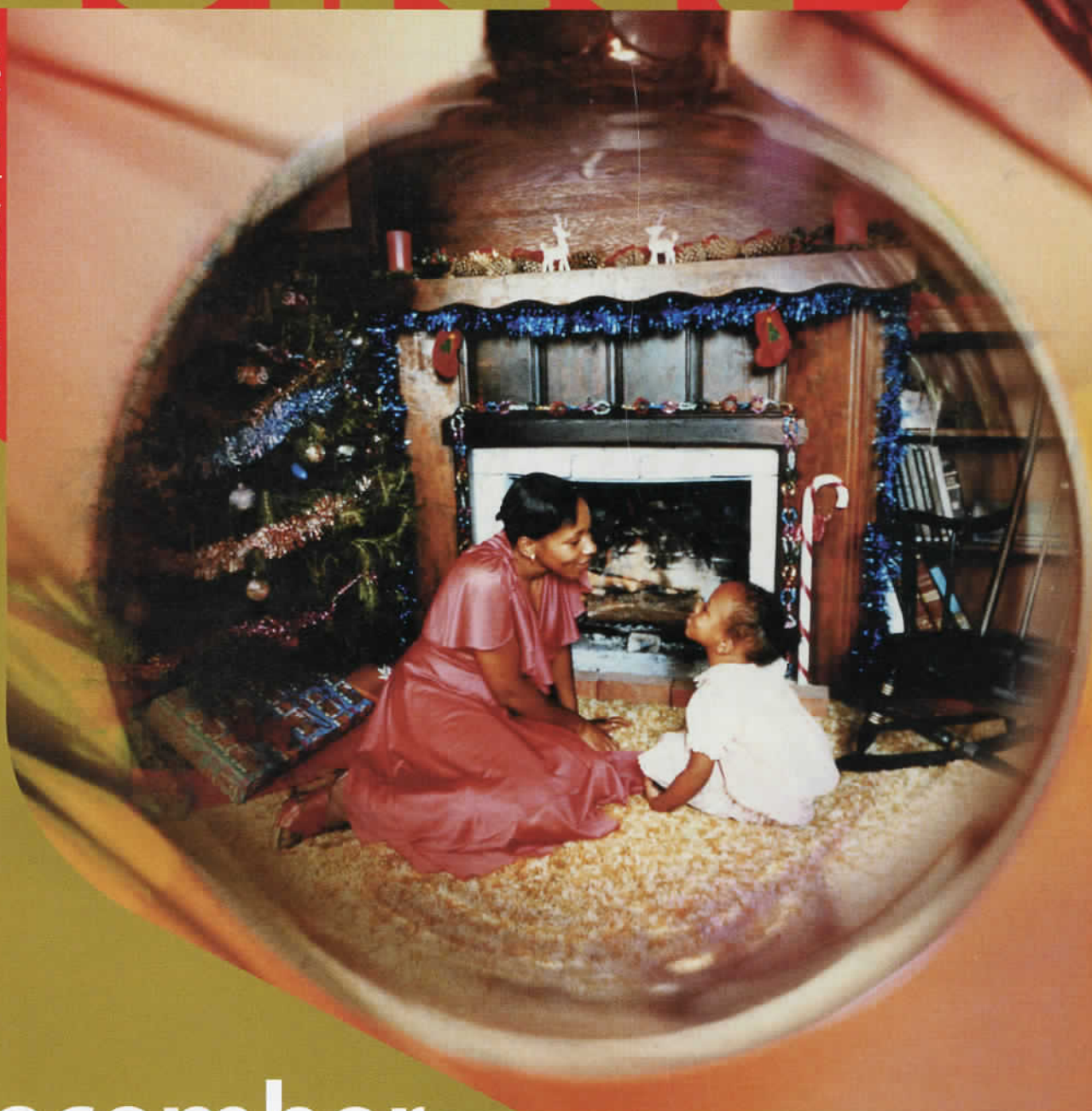


Collect

WINTER 2004 | € 2,50



December: geven om elkaar



NIEUWE POSTZEGELS

Kinderpostzegels
Decemberzegels
Goede Doelenzegels
10 voor de liefde



Ik ben een redelijke 'nieuwsvreter' en weet graag alle ins en outs van wat er speelt in Nederland. Of erbuiten natuurlijk. In mijn werk wordt die behoefte goed bevredigd met alle nieuwe postzegels die verschijnen en altijd een actueel thema met zich meedragen. Voordat een postzegel uitkomt, heb ik al vele schetsontwerpen voorbij zien komen en met collega's besproken wat de uitstraling of boodschap zal worden. Na een hectische periode van voorbereiden is het dan altijd weer een mijlpaal als de betreffende postzegel gepresenteerd mag worden aan de buitenwereld. Nu het einde van het jaar nadert en de media vol staan met jaaroverzichten, komen er dan ook veel herinneringen naar boven. Bijvoorbeeld hoe de Zomerzegels van zwart-wittekeningetjes omgetoverd werden in heuse kunstwerken en hoe we hoopten op een overwinning van het Nederlands elftal... Of het succes van het postzegelfeest ter ere van vijftig jaar jeugdfilatelie en de pittige Spykerpostzegel of de verrassende verbreding van mijn landenkennis met de uitbreiding van Europa. Blij ben ik dus ook met het nieuwe Jaarboek 2004 waarin ik alles nog eens rustig kan nalezen en terug kan halen. Onder het genot van een goed glas wijn wil ik dan de volgende toast uitbrengen: 'Dat 2005 maar net zo'n mooi jaar mag worden als 2004!'

Roy Rempe,
Directeur Consumentenmarkt

Roy Rempe



Postzegels voor het goede doel <i>Een nieuwe bijslagzegel</i>	4
Nieuwe postzegeluitgiften	6
Abonnementen	9
Mijn verzameling	10
Uitgifteprogramma 2005 <i>De nieuwe postzegels van het eerste halfjaar</i>	11
Wat is de waarde van postzegels? <i>Laat uw collectie eens taxeren</i>	12
Puzzel <i>Wint u het nieuwe Jaarboek Nederlandse Postzegels?</i>	14
De postzegelverkiezing 2004 <i>Doe ook mee en breng uw stem uit</i>	16
Servicepagina	21
Shoppagina's	22
Assortimentsoverzicht	32



Plakken met

Ze stralen je tegemoet: de gouden Goede Doelenzegels met hun fonkelende sterren. Ze zijn duidelijk familie van de zilveren Decemberzegels, maar het thema 'om elkaar geven' krijgt nu een extra betekenis. Met het plakken van deze gouden postzegels draagt de afzender een klein steentje bij aan een betere wereld.

Speciale kerstkaarten voor een goed doel zijn al langere tijd populair. Een logische stap is dus de Decemberzegel voor het goede doel. Toch is die er in de tachtigjarige geschiedenis van de bijslagzegel nooit eerder gekomen. Met de uitgifte van een extra bijslagzegel in december slaat TPG Post tien vliegen in één klap, want de opbrengst wordt verdeeld onder maar liefst tien heel uiteenlopende goede doelen. Van hulp aan kinderen (Unicef en Plan Nederland) tot natuur en milieu (Greenpeace en Natuurmonumenten) en van gezondheid (KWF Kankerbestrijding en Stop Aids Now!) tot internationale hulp (Artsen zonder Grenzen, World Food Programme en Novib) en ten slotte Stichting TROS Helpt. De doelen zijn geselecteerd door de drie initiatiefnemers TPG Post, de Nationale Postcode Loterij en de TROS.



Vaccineren in Mali

Ronald Hemerik, fondsenwerver voor Unicef: "De Goede Doelenzegel is voor ons een prima middel om extra geld in te zamelen voor een Unicef-project in één van de 158 landen waar wij actief zijn. We gaan het geld besteden aan een grootschalige vaccinatiecampaigned in Mali waar 700.000 kinderen worden ingeënt. Al onze projecten zijn erop gericht kinderen een betere toekomst te geven, dus zie je op de postzegel twee kinderen in Cambodja, waar we onder andere helpen bij het opzetten van scholen. We zijn heel tevreden met de postzegel. Toen TPG Post ons vroeg om mee te doen, hebben we wel een paar kritische vragen gesteld, bijvoorbeeld over de rol van de mede-initiatiefnemers TROS en de Nationale Postcode Loterij. Die zorgen vooral voor veel publiciteit, dat geeft extra verkoop en dus meer geld voor ons bestedingsdoel."

een missie



Foto uit eigen collectie

"Wereldwijde communicatie is één van onze doelstellingen, of dat nu via e-mail of per post gebeurt", zegt Layana Mokoginta, woordvoerder Plan Nederland. "Wij stimuleren onze sponsors te corresponderen met kinderen in de landen waar Plan Nederland actief is. Een Goede Doelenzegel van Plan Nederland ligt dan natuurlijk voor de hand! Wij hebben voor de postzegel drie foto's uit onze eigen collectie voorgedragen. Er is een foto gebruikt van twee kinderen die aan het schrijven zijn. Erg toepasselijk dus. Voor de besteding van de opbrengst hebben we een project voor onderwijsverbetering in Oeganda uitgekozen. We hopen dat veel mensen hun decemberwensen versturen met een Goede Doelenzegel!"

Authentieke foto's

Ontwerpbureau Eat heeft dit jaar alle postzegels voor de decembercampagne vormgegeven. Al in 1991 ontwierp één van de drie vormgevers een postzegel ter gelegenheid van de 75ste Nijmeegse Vierdaagse. De opdracht voor de Goede Doelenzegels was een stuk lastiger, omdat bij alle tien de doelen de identiteit van de organisatie naar voren moest komen en het vel toch één geheel moest vormen.

De foto's die erop staan zijn merendeels afkomstig van de beneficianten zelf. Zo komt het hertje op de postzegel van Natuurmonumenten rechtstreeks van hun eigen website, net als de foto van een kind aan de balie bij een doktersassistente op de postzegel van Artsen zonder Grenzen. Ook andere instellingen leverden beeld aan dat hun eigen verhaal vertelt. Zoals het World Food Programme, met een foto van een meisje dat een jonger kind voert: een prachtige combinatie van de eigen missie en het thema 'om elkaar geven'. Bij Plan Nederland zie je twee kinderen schrijven, aan hun adoptieouders misschien? En Greenpeace draagt haar milieumissie dit keer niet uit met rubberbootjes en actievoerders, maar met een verstillend winterlandschap, waarin tussen de besneeuwde bergen een eenzaam bootje dobert.

Warme gedachte

De vraag is natuurlijk hoeveel mensen zo'n bijslagzegel willen kopen. Want geven om elkaar is mooi, maar december is al duur

genoeg. "Een bijslagzegel lijkt haaks te staan op de korting van tien cent die we al jaren kennen voor het versturen van kerstwensen", erkent Ciaran Barsema, productmanager van de Goede Doelenzegels. "Maar je kunt het ook zo zien: je geeft de korting niet aan jezelf, maar aan een goed doel. Zo bezien is het een sympathieke manier om een ander te helpen." Dat die gedachte veel mensen aanspreekt, blijkt uit marktonderzoek. Ongeveer tien procent van de ondervraagden zegt de bijslagzegels te gaan gebruiken. Of de Goede Doelenzegels een vervolg krijgen, is nog niet bekend. Barsema: "Als het de consument aanspreekt, is het zeker een mogelijkheid." ■



Natuur veilig stellen

Lex van Iterson, hoofd fondsenwerving Natuurmonumenten: "Wij waarderen het zeer dat bedrijven maatschappelijke betrokkenheid tonen. Deze zegels zijn een heel unieke manier om in de decembermaand iets extra's te doen voor goede doelen. Toen TPG Post vroeg of we mee wilden doen, hebben we met veel enthousiasme 'ja' gezegd. We hopen natuurlijk op een mooie opbrengst die ons in staat stelt weer een stukje natuur in Nederland veilig te stellen, waar iedereen van kan genieten. Want de gebieden die Natuurmonumenten beheert, zijn vrij toegankelijk voor iedereen. We hebben nog geen specifiek doel voor ogen voor de besteding van het geld, dat hangt ook erg af van wat de actie gaat opbrengen."



Kinderpostzegels 2004: Lekker gezond

9 november 2004

Ook dit jaar geeft TPG Post een velletje postzegels uit samen met de Stichting Kinderpostzegels Nederland, die projecten ondersteunt voor kinderen in binnen- en buitenland die wat extra hulp goed kunnen gebruiken.

Met het sportieve feestje van fruit verbeeldt ontwerpbureau Ping-Pong Design het thema van dit jaar: 'Lekker gezond'. Daarmee wil de Stichting Kinderpostzegels de noodzaak benadrukken van gezonde leefomstandigheden voor kinderen. Niet alleen in onze westerse wereld waar kinderen steeds vaker kampen met overgewicht, ook in derdewereldlanden hebben kinderen te maken met schadelijke effecten voor hun gezondheid. De combinatie gezond eten en lichaamsbeweging zijn onder meer uitgebeeld als een peer op een skateboard, een voetballende meloen en een fietsende sinaasappel. De felle, sprankelende kleuren zijn gekozen om kinderen aan te spreken, net als de keuze voor humoristische illustraties.

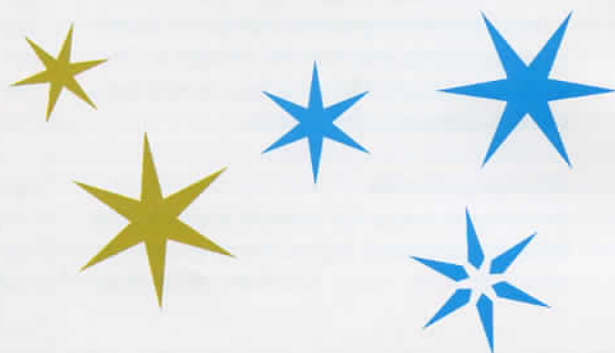
Op de velrand probeert een appeltje de Kinderpostzegels aan een banaan te verkopen, vergelijkbaar met de duizenden kinderen van de basisscholen die in september langs de Nederlandse deuren zijn gegaan. De zes gegomde postzegels op het velletje hebben elk een frankerwaarde van € 0,39. De bijslag van € 0,19 komt ten goede aan kwetsbare kinderen die een extraatje kunnen gebruiken, zoals in een Zuid-Afrikaanse jeugdgevangenis of kinderen met een handicap.



Decemberzegels 2004

25 november 2004

De Decemberzegels van dit jaar zijn zowel traditioneel als eigentijds. Traditioneel in de zin van het thema: 'om elkaar geven' en eigentijds in de uitwerking. Hierbij hebben de vormgevers gekozen voor een figuratieve, associatieve stijl, waarbij ze bestaande beelden gebruikten, opgezocht via internet. Ontwerpbureau Eat uit Amsterdam heeft eerst honderden foto's van winterse taferelen verzameld, daaruit tientallen foto's geselecteerd en deze vervolgens bewerkt en ingemonteerd. Ten slotte zijn daar sterren in allerlei formaten en kleuren aan toegevoegd. Het resultaat is een sfeervol palet van winterse taferelen en situaties waarin 'om elkaar geven' de boventoon voert. Opvallend daarbij is dat niet alleen relaties tussen mensen, maar ook die tussen dieren onderling zijn afgebeeld. Zoals de liefkozende ijsberen en de schapen die elkaar warm houden. "Ik woon zelf op het land. Als ik in de winter schapen met hun dunne poten in de sneeuw zie staan, krijg ik medelijden met ze, ook al weet ik dat ze het niet koud hebben", zegt ontwerpster Pam Asselbergs. "Dat stukje Nederland wilde ik laten zien. De prachtige lange schaduwen in de winterzon, maar ook een romantisch taferel in een saunazwembad. Zilver, goud en alle sterren voegen een feestelijk tintje toe."





Persoonlijke Decemberzegels 2004

25 november 2004

Het succesverhaal van de Persoonlijke Postzegels is voor de tweede keer op de Decemberzegels toegepast, in de vorm van de Persoonlijke Decemberzegels. Ook hierbij is de winterse sfeer het uitgangspunt, uitgebeeld door een achtergrond van sneeuw en een sneeuwpop met lila shawl op de postzegel. De kleur en het lettertype van de frankerwaarde (€ 0,29) zijn gelijk aan die van de gewone Decemberzegels. Ook de sterren staan erop. De linkerkant van de postzegel is opengelaten voor de persoonlijke afbeelding van de afzender. Voor de verzamelaar is er ook een postzegelvel waar al een afbeelding op staat. Het beeld staat ook op het affiche voor de kerstfilm de Polar Express die op 9 december in première gaat. In deze computeranimatiefilm gaat een jongetje met deze trein mee op reis naar de Noordpool en beleeft hij de droom van ieder kind dat nog in de kerstman gelooft.



Goede Doelzegels 2004

25 november 2004

In samenwerking met de Nationale Postcode Loterij en de TROS geeft TPG Post dit jaar een uniek postzegelvel uit: de Goede Doelzegels. Hiermee wordt het thema 'om elkaar geven' van de Decemberzegels op twee manieren ingevuld: het sturen van een kerst- en nieuwjaarskaartje (elkaar aandacht geven) en het letterlijk 'om elkaar geven' via de bijslag van € 0,10 per postzegel. Met de bijslag worden tien goede doelen gesteund: Artsen zonder Grenzen, Greenpeace, KWF Kankerbestrijding, Natuurmonumenten, Novib, Plan Nederland, Stichting TROS Helpt, Stop Aids Now!, Unicef en het World Food Programme.

De postzegels zijn ontworpen door ontwerpbureau Eat uit Amsterdam, dat ook tekende voor de gewone en de Persoonlijke Decemberzegels. Een aantal organisaties leverde zelf het beeldmateriaal aan, overige beelden hebben de ontwerpers uitgezocht. De beelden zijn op dezelfde manier in het ontwerp verwerkt als bij de Decemberzegels. Hoewel de sfeer totaal anders is, straalt het velletje door het subtiele gebruik van kleuren en symbolen toch een onmiskenbaar decembergevoel uit.





Koningin Beatrix

3 januari 2005

Vanwege de tariefswijzigingen voor verzending van post naar het buitenland per 1 januari 2005, verschijnen twee nieuwe postzegels met de beeltenis van Koningin Beatrix. Voor het verzenden van post binnen Europa met de Standard service komt een postzegel uit van € 0,61. Voor bestemmingen buiten Europa is er de postzegel van € 0,76. Het inmiddels klassieke ontwerp is van P. Struycken, de typografie van Gerard Unger.

De serie bestaat al meer dan twintig jaar en voor elke postzegel kiest de ontwerper een nieuwe kleurencombinatie. P. Struycken: "Doordat het Hare Majesteit heeft behaagd om de zegel tot op heden en gedurende haar gehele regeringsperiode te handhaven, ben ik in de gelegenheid geweest mijn inzichten over samenhang tussen kleuren te verscherpen. Bij de kleurbepaling voor een postzegel heb ik te maken met grote nauwkeurigheid en maak ik een afweging. Het heeft mijn inzichten in de eigenschappen van kleuren, hun werking en hun verschijning diepgaand beïnvloed."

10 voor de liefde

3 januari 2005

"Bij waarachtige liefde is altijd sprake van twee harten", zo motiveert grafisch ontwerper Gielijn Escher zijn keuze voor het beeld op de nieuwe liefdeszegel. Op verzoek van TPG Post maakte hij een postzegelontwerp voor een breed publiek. De opdracht was om de kenmerken 'warmte', 'tederheid' en 'liefde' direct herkenbaar uit te beelden. Hiervoor is gekozen voor het meest bekende en klassieke symbool van de liefde: het hart. Omdat Escher bij één hart te veel de associatie voelde van eenzijdige of onbeantwoorde liefde, beeldde hij er twee af. Autodidact Escher is beeldend kunstenaar en vooral bekend om zijn affichekunst. Al eerder ontwierp hij postzegels, zoals de Decemberzegels van 1992 en Nederland Bloemenland van 1997.

Voor uw post

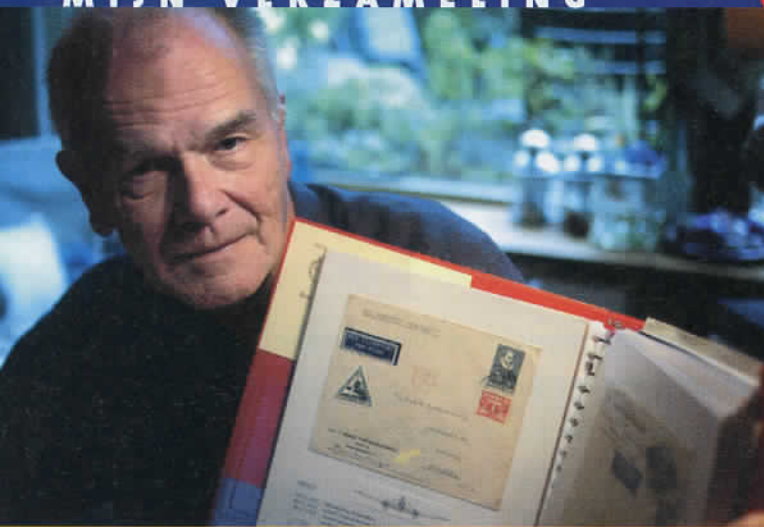
3 januari 2005

Het basisassortiment Nederlandse postzegels wordt vervangen door drie nieuwe uitgaven met als thema Nederlandse gebouwen: 10 voor Nederland (€ 0,39), 5 voor Europa (€ 0,65) en 5 voor buiten Europa (€ 0,81). Ontwerper Henri Ritzen van Studio Dumbar heeft gezocht naar een generiek beeld van Nederlandse bouwwerken, herkenbaar voor mensen in binnen- en buitenland. Als vorm heeft hij gekozen voor een combinatie van verleden en verandering in één postzegel: een oude molen versus een nieuwe windmolen (€ 0,39), het grachtenpand versus de vinexlocatie (€ 0,65), een oude boerderij versus de glastuinbouw (€ 0,81). Dit alles tegen een achtergrond van de typisch Nederlandse wolkenluchten. Als laatste element heeft de ontwerper achtereenvolgens het landschappelijk vergezicht, de baksteen en het gras aan de postzegels toegevoegd, zij staan voor waarden die altijd zullen blijven bestaan.

"Alle postzegels zijn op hetzelfde moment in concept vormgegeven en uitgewerkt," zegt ontwerper Ritzen. "Het is fascinerend om te zien dat een klein stukje papier zoveel informatie kan dragen, en mensen er zelfs toe aan kan zetten om een verzameling op te bouwen. De gedachte dat een postzegel een emotionele waarde vertegenwoordigt is voor een ontwerper een krachtige stimulans."

NOG TE VERWACHTEN

Op pagina 11 vindt u een overzicht van alle nieuwe uitgaven die in het eerste halfjaar van 2005 zullen verschijnen.



“Vroeger was vliegen een heel avontuur”

Jos Lumaije Schuld uit Eindhoven verzamelt al twintig jaar luchtpoststukken met als hoofdonderwerp Soerabaja. De keuze voor poststukken uit deze stad op Java heeft alles te maken met zijn jeugd in Indonesië. Na de capitulatie van de Japanners moest hij als zesjarig jongetje met zijn moeder en jongere broer de plaats Malang ontvluchten. “We gingen in een C47 ‘Dakota’, een parachutistenkist zonder deur. Om te zorgen dat wij er niet uit konden vallen, speelde een militair met gespreide armen en benen voor deur. Daartussendoor keek ik de hele tijd naar buiten. Ik genoot ervan!” Hij werd op slag verliefd op de luchtvaart. Zijn passie voor het verzamelen van luchtpoststukken begon in 1984 bij toeval: “Als luchtvaartfreak ging ik op een beurs op zoek naar luchtvaartstropdassen. Daar was ook een filatelietentoonstelling en daar is mijn fascinatie voor filatelie begonnen, en dan vooral in de vorm van luchtpost vanwege het verhaal dat aan sommige enveloppen vastzit.” Nu heeft hij ruim 130 enveloppen en kaarten, die vaak een bijzonder verhaal vertellen.

Jos Lumaije Schuld werd lid van de Nederlandse Vereniging van Aerophilatelisten De Vliegende Hollander. “Daar kreeg ik het advies een onderwerp te kiezen. Er is namelijk zo veel op luchtpostgebied dat je anders de mist in gaat.” Gezien zijn achtergrond werd het thema van zijn verzameling zijn geboortestad Soerabaja, met als nevenonderwerpen Malang en Semarang, waar hij ook gewoond heeft.

Hij heeft een zwak voor de luchtpoststukken van vóór de Tweede Wereldoorlog. “De latere stukken zien er wat gelijker uit. De vroegere en latere stukken berg ik op in afzonderlijke albums. Achter de oudere enveloppen en kaarten zitten meer verhalen, omdat vliegen toen nog een heel avontuur was. Zo heb ik een stuk dat is verzonden met de Postjager, een vliegtuig dat speciaal voor luchtpostvervoer is ontworpen. Helaas heeft het toestel maar twee keer gevlogen, want bij de tweede vlucht verongelukte het tijdens de start in Alahabad. De bemanning heeft het gelukkig overleefd. Ook heb ik een poststuk van postzegelhandel Mebus uit Amsterdam, met een speciaal stempel van de vlucht Amsterdam-Batavia in 1933. Dat is nog niet eens zo heel bijzonder, maar wél dat een medewerker van Mebus aan de gezagvoerder van de Postjager een handtekening vroeg. Die handtekening maakt het tot een speciaal stuk.”

Wilt u ook vertellen over uw bijzondere verzameling? Stuur dan een briefje naar Redactie Collect, Kamer AA 1143, Postbus 30250, 2500 GG Den Haag. Vermeld uw naam, adres, telefoonnummer, het thema en de grootte van uw collectie.

AttentieZegels wereldwijd



Met een AttentieZegel kunnen bedrijven hun zakelijke partijenpost een persoonlijk tintje geven. In plaats van de aanduiding Port Betaald komt er een stijlvolle zegel op de envelop die de ontvanger meer aanspreekt. Vanaf eind november kunnen bedrijven ook internationale postpartijen met drukwerk voorzien van een AttentieZegel. Op deze nieuwe zegel staat een waterlelie, een bloem die overal ter wereld herkend wordt. Een AttentieZegel heeft geen waarde aanduiding in cijfers. Om toch een gevoel van waarde aan de zegel te geven, is gekozen voor waterkringen op de achtergrond. Verzamelaars kunnen een set van vijf Internationale AttentieZegels bestellen bij de Collect Club met bestelnummer 694857. De prijs is € 0,25.

10 maal € 0,05

De postzegel van € 0,05 verschijnt vanaf 3 januari als velletje met tien postzegels. Met deze bijplakzegel kunt u oude postzegels of Decemberzegels opwaarderen tot € 0,39. Het ontwerp is ongewijzigd. U kunt het velletje voor € 0,50 bestellen bij de Collect Club met bestelnummer 254001.



Cadeau voor Carré

Als hoofdsponsor van het Koninklijk Theater Carré in Amsterdam liet TPG Post een merkzegel ontwerpen voor het geheel vernieuwde theater dat op 15 november 2004 haar deuren officieel heropende. Ontwerpbureau Thonik, dat ook de huisstijl voor Carré aanpaste, heeft een logo gemaakt dat uitgaat van het letterbeeld op het dak van het theater. Het kroontje bovenop dit beeld bestaat uit drie ruitjes, geïnspireerd op het accent dat op de ‘e’ staat. Door een driehoek in lichtere tint erin te verwerken, ontstaat diepte en is de vorm van een envelop te herkennen.



Set van vijf stuks
€ 0,25
Bestelnummer 694858

Opbrengst bij verkoop is wisselend

Een waarde

Postzegels kunnen bij verkoop aardig wat opbrengen, maar het kan ook tegenvallen. Hoe kunt u de opbrengst realistisch inschatten? En hoe zorgt u ervoor dat u bij taxatie en verkoop zakendoet met een betrouwbare partij?

Postzegels zijn geld waard en dus bestaat er ook een levendige handel in. Zeldzame en gewilde postzegels die in een goede staat zijn, kunnen aanzienlijke bedragen opbrengen. Dat geldt bijvoorbeeld voor postfrisse postzegels uit begin 1900. Maar ook latere postzegels die in kleine oplages zijn verschenen, zijn soms veel waard. Een voorbeeld daarvan zijn de 'Meeuwjtjes', twee Nederlandse luchtpostzegels uit 1951, die postfris zo honderden euro's opbrengen. Ook van foutdrukken kan de verkoopwaarde fors oplopen. Van de postzegel van 9 cent van Koningin Wilhelmina uit eind jaren twintig van de vorige eeuw is per ongeluk één vel van twintig stuks uitgebracht zonder waarde aanduiding. Deze postzegels brengen nu bij verkoop tienduizenden euro's op.

Vraag en aanbod

De cataloguswaarde van een zegel wordt door de Nederlandsche Vereniging van Postzegelhandelaars (NVPH) bepaald op basis van de recente verkoopprijzen. Dat deze cataloguswaarde niet altijd gelijk is aan de daadwerkelijke opbrengst, heeft te maken met het verschil tussen inkoop- en verkoopprijzen. De handel wil er namelijk ook graag aan verdienen.

De mate van zeldzaamheid, kwaliteit en populariteit maakt een postzegel wel of niet waardevol. "Soms worden bepaalde gebieden ineens populair", zegt Bas Bulterman, directeur van de bij de NVPH aangesloten Nederlandse Postzegel- en Muntvenveiling. "Momenteel zijn Aziatische postzegels veelgevraagd. Stel dat je in de jaren zestig voor zo'n honderd euro een verzameling van Chinese postzegels had aangelegd, dan kun je daar nu drie tot vierduizend euro voor krijgen." De waarde kan ook per periode sterk verschillen, weet Jan Greven, die voor de afdeling Alkmaar van de Nederlandse Vereniging van



PostzegelVerzamelaars (NVPV) regelmatig taxaties doet. "Eind jaren zeventig gingen veel mensen Nederlandse postzegels kopen, in de hoop dat ze later veel waard zouden worden. Doordat er toen veel postzegels werden ingeslagen, is het aanbod nu groot. De prijzen van de postzegels uit die jaren zijn sindsdien nauwelijks gestegen. Naar verhouding is er meer vraag naar Nederlandse postzegels uit de laatste jaren vlak voor de invoering van de euro."

Dat een postzegel oud is, betekent niet bij voorbaat dat hij veel waard is. Menigeen verkrijgt zich daarop, is de ervaring van Bulterman. "Mensen kunnen bij ons binnenlopen en dan taxeren wij kosteloos en vrijblijvend de collectie. Daarbij krijgen we ook weleens niet-kenners over de vloer, die bijvoorbeeld de postzegelverzameling van hun opa hebben geërfd. Die denken al gauw dat



volle hobby



een postzegel van een halve cent een vermogen waard is. Maar als er van die zegel nog veel in omloop zijn, levert hij bar weinig op."

Veilen

Een postzegelverzameling verkopen kan op verschillende manieren. Men kan de collectie rechtstreeks aanbieden bij een postzegelhandelaar, maar het is ook mogelijk de verzameling te laten veilen. Daarbij wordt met de veilmeeester een minimumbedrag afgesproken. Het risico is beperkt. "Als veilmeeester ga je niet onder het minimumbedrag", zegt Bulterman. "Wordt het niet gekocht, dan komt het gewoon weer bij de eigenaar terug." Gaat de verkoop wel door, dan is een vooraf overeengekomen percentage voor de veiling.

De collectie kan ook worden aangeboden bij een

postzegelvereniging. "Als je geen haast hebt met de verkoop, dan zou ik dat zeker doen", zegt Jan Greven. "Je kunt de collectie dan laten opnemen in de rondzendingen van een vereniging. Dat heb ik zelf gedaan toen ik mijn verzameling Nederland en Overzee heb opgedoekt."

Niet rijk rekenen

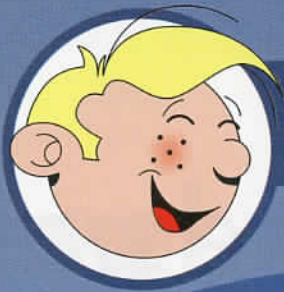
"Ik heb weleens meegemaakt dat iemand z'n complete verzameling postzegels in goed vertrouwen meegaf aan een zogenaamde handelaar, die de collectie zou taxeren", vertelt taxateur Jan Greven. "Die verzamelaar heeft zijn collectie nooit meer teruggezien." Het toont volgens Greven aan hoe belangrijk het is om met een betrouwbare partij in zee te gaan. Ook Jan Willem Dito van de NVPH raadt mensen aan om zorgvuldig te werk te gaan. "Mijn advies is om een door de NVPH erkende handelaar te raadplegen", zegt hij. "Of liever nog twee, want dan krijg je een redelijk objectieve indruk van de waarde van je collectie. En als je de verzameling dan verkoopt en er gaat toch iets mis, dan hebben wij een klachtenregeling."

"Je moet je niet rijk rekenen", vindt Bas Bulterman. "Postzegels verzamelen is in de

Tips in het kort

- Postzegels zijn geen 'safe' belegging. Net als bij aandelen kunnen de prijzen jarenlang gelijk blijven of zelfs dalen.
- Let bij de waardebepaling niet alleen op de cataloguswaarde; dat zijn vaak verkoop-, en geen inkooprijzen.
- Laat uw verzameling door minstens twee handelaren beoordelen, dan krijgt u een beter beeld van de mogelijke opbrengst.

eerste plaats een hobby, en geen belegging." Maar het feit dat postzegels geld waard zijn, heeft natuurlijk z'n aantrekkelijke kanten. "Als je je verzameling zorgvuldig hebt opgebouwd en over wat zeldzame stukken beschikt, dan kan dat bij verkoop een leuk bedrag opleveren", aldus Jan Willem Dito van de NVPH. "En dat is nooit weg!"



STAMPPIE

met Petra en Sven



Moeilijk kiezen

In november zijn er weer heel veel leuke postzegels verschenen! Belangrijkste zijn natuurlijk de Kinderpostzegels, vind je ook niet? Daarnaast zijn er dit jaar voor je kerstkaarten drie soorten postzegels, dat wordt moeilijk kiezen...



Je eigen hoofd op een postzegel

Nef als vorig jaar, kun je ook dit jaar je eigen foto op je Decemberzegels laten zetten. Dan ben je dus bijna nef zo belangrijk als de koningin! Op de postzegel staat een sneeuwpop. Op de door TPG Post ingevulde versie van de Persoonlijke Decemberzegels, zie je een beeld uit de film Polar Express die in de kerstvakantie in

de bioscoop te zien is.

EEN BIJZONDERE TREIN

WONDEREN BESTAAN, ALS JE ER MAAR IN BLIJFT GELOVEN! DAT MERKT HET JONGETJE UIT DE **POLAR EXPRESS**. HIJ LIGT OP KERSTAVOND IN ZIJN BED EN HOOPT DAT HIJ DE RENDIEREN VAN DE KERSTMAN OP HET DAK KAN HOREN. MAAR DAN HOORT HIJ OPEENS EEN HEEL ANDER GELUID: EEN TREIN. TERWIJL HIJ HELEMAAL NIET IN DE BUURT VAN HET SPOOR WOONT! ALS HIJ NAAR BUITEN GAAT, ZIET HIJ EEN ENORME TREIN STAAN. DE CONDUCTEUR VRAAGT OF HIJ MEE OP REIS GAAT. HIJ KOMT TERECHT OP DE NOORDPOOL EN BELEEFT EEN GEWELDIG AVONTUUR. DE **POLAR EXPRESS** IS VANAF 9 DECEMBER IN DE BIOSCOOP TE ZIEN.



SCHUIF EEN WOORD

DEZE POSTZEGEL IS IN STUKKEN GEKNIPT! ZET DE STUKJES OP DE JUISTE PLEK. NEEM DE LETTERS OVER IN HET VAKJE MET HETZELFDE NUMMER. HET WOORD DAT JE KRIJGT IS DE OPLOSSING!
DE EERSTE LETTER KRIJGT JE CADEAU!



STUUR JE OPLOSSING VOOR 1 FEBRUARI NAAR: **STAMPPIE, KAMER AA 1180, POSTBUS 30250, 2500 GG DEN HAAG**. VERGEET NIET JE NAAM, ADRES EN LEEFTIJD TE VERMELDEN. ONDER DE JUISTE INZENDINGEN VERLOOPT STAMPPIE LEUKE VERRASSINGEN VAN DE POLAR EXPRESS.



Kies de mooiste post

Het is weer tijd voor de postzegelverkiezing! Maak uw keuze uit de postzegels die op deze en de volgende pagina's staan. Schrijf het nummer van uw favoriete postzegel op een kaartje. Stuur het vóór 1 februari 2005 naar:

TPG Post Collect Club
Verkiezing 2004
kamer AA 1143
Postbus 30250
2500 GG Den Haag



Welke vinden zij de mooiste?

Chic en origineel

Antoine Achten van TPG Post begeleidt postzegelontwerpers en heeft eigenlijk twee favorieten: "De Zomerzegels 2004 en Op weg naar 1 Europa. Normaal gesproken maken grafisch ontwerpers postzegels. Het bijzondere aan de Zomerzegels is dat ze gemaakt zijn door een schilder: Fons Haagsmans. Hij maakte ook de typografie. Het resultaat vind ik heel mooi, ingetogen, chic."

Op weg naar 1 Europa vindt Achten mooi vanwege de kwaliteit en originaliteit van het ontwerp. "De ontwerpers vertellen een verhaal op een paar vierkante centimeter!"



Geschiedenisles

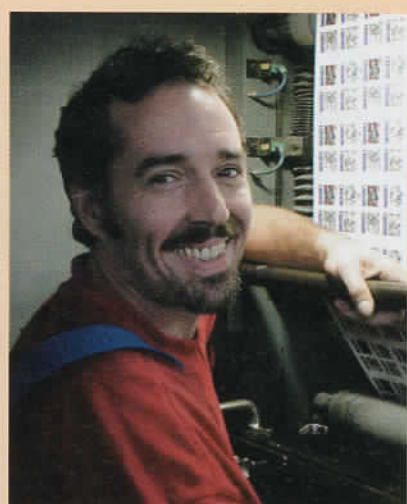
Henk de Voogd, kwaliteitscontroleur bij de Collect Club van TPG Post: "Ik vind zonder twijfel Carel Fabritius de mooiste. Dat zijn postzegels waarop je een stukje Nederlandse geschiedenis kunt zien. Het is goed dat daar aandacht voor is, want de jeugd krijgt op school veel te weinig geschiedenis mee. Zo zien ze er wellicht wat van." De vormgeving van het postzegelvelletje vindt hij ook mooi. "Ik houd erg van afbeeldingen over geschiedenis en natuur. Overigens ben ik ook gecharmeerd van de serie over het Koninklijk Huis. Die foto's ken je natuurlijk al, maar ze zijn een goede tweede."

zegel van 2004



Enthousiasme voor Oranje

Willem Kanter is 25 jaar drukker bij Joh. Enschedé in Haarlem waar veel postzegels voor TPG Post gedrukt worden. "De serie van De Koninklijke Familie vind ik heel bijzonder. De mooiste postzegels zijn die twee van de doop van Amalia. Niet alleen omdat ze de nieuwe Kroonprinses is, maar ook omdat de kwaliteit van deze postzegels druktechnisch heel goed is. Het geeft toch voldoening als je complimenten krijgt van de ontwerper die de postzegel heeft gemaakt. Het zijn ook leuke plaatjes die heel goed het karakter van Nederland weergeven, het enthousiasme dat er toch is voor de Oranjes. De postzegel met de eerste foto van Prinses Amalia vind ik trouwens ook heel mooi passen in de Koninklijke serie."



Kies de mooiste post



Welke vinden zij de mooiste?

Anders dan anders

Sascha van der Mark, IT-consultant, koopt postzegels in het Postkantoor. "Ik lette eigenlijk nooit zo op hoe postzegels eruit zien en wist helemaal niet dat er elk jaar zo veel verschillende uitkomen. De Kinderpostzegels kende ik wel, maar van de Zomerzegels had ik bijvoorbeeld niet eens gehoord. Die vind ik wel het mooiste, omdat ze er echt anders uitzien dan de gangbare postzegels. Hoewel de Kinderpostzegels ook heel erg grappig zijn met dat rennende fruit. In het vervolg ga ik beter kijken wat voor postzegels er zijn."



Minder sophisticated

Anthón Beeke is grafisch ontwerper van bijvoorbeeld de Douwe Egberts-postzegel. "In de postzegels van tegenwoordig zie je heel sterk de opdrachtgever terug. Daardoor zijn de postzegels minder sophisticated, er wordt meer gedacht aan de marketing, de verkoopcijfers. Aan de postzegels De Veluwe zie je wel dat de ontwerper er echt zin in had. Bijvoorbeeld aan de gelaagdheid in de kleuren. Ook goed gedaan is Weken van de Kaart, waarbij je op elke losse postzegel nog steeds drie kleuren blijft zien. Saillant detail is het mannetje dat naar het logo kijkt. Ik vraag me af of dat als vliegtuig is bedoeld. Verder zijn de Kinderpostzegels erg leuk. Vooral die zwetende banaan die vervolgens uitglijdt op bananenletters. Heel goed zoals beeld en typografie hier op elkaar aansluiten."

zegel van 2004

18



19



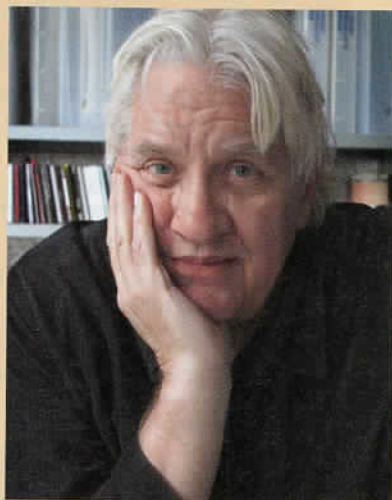
20



21



22



Fantasierijk

Klaas Lipsius heeft een groothandel in postzegels in Hilversum en kiest voor de Kinderpostzegels. "Ze zijn erg fantasierijk met al die kleuren en plaatjes. Ik denk dat dat kinderen heel erg aanspreekt. Eigenlijk houd ik me helemaal niet zo bezig met de nieuwste postzegels. In de partijen die ik opkoop zijn ze meestal wat ouder. Ik moest dus wel even nadenken welke postzegel ik zou kiezen. Die van de Oranjes en Europa vond ik niet zo bijzonder, dat soort postzegels komt vaker uit. En van Carel Fabritius had ik nog nooit gehoord. Waarschijnlijk kom ik al deze postzegels over vijf jaar weer tegen in de partijen die ik opkoop."

