

Známky jako investice?

Nabídek na výhodné investování peněz je kolem nás spousta a všechny se předhánějí, že právě ony jsou ty pravé - zaručené a ze všech nejvýhodnější. Je to ale pravda? Zdravý selský rozum nám napovídá, že asi ne. Protože pokud by existovala taková úžasná možnost, všechny ostatní by dávno zašly na úbytě. Máme proto ale na investování rezignovat? To samozřejmě není nutné – jen je třeba na trhu investičních příležitostí uvážlivě vybrat ty pro nás nejvhodnější.

K základní orientaci přitom není třeba složitého bádání. Začneme u nejběžnějších investic. Sdělovací prostředky mnohokrát s pobavením referovaly o jednoduchých pokusech ekonomických novinářů, které ukázaly, že v odhadu pohybu cen na **burzách** mívají lepší výsledky opice v ZOO než bankovní analytici. Jakou šanci pak může mít běžný člověk? Úroky z **vkładů** se v západním světě dlouhodobě blíží nule, a pokud ne, v hlavě by měla varovně zablikat kontrolka s odkazem na ne tak dávno reklamní kampaně spořitelních družstev, slibující vysoké zúročení se smutně pravdivým sloganem: „*To vám nikdo nedá!*“... **Zlato** má velkou tradici, ale z dlouhodobého hlediska velmi nejistý cenový vývoj, vyznačující se dramatickými výkyvy. Obdobné je to i u dalších drahých kovů, které lze držet fyzicky. (U nás navíc máme nedobrou zkušenost s předpisy, které celým generacím držení investičního zlata pod přísnými tresty zakazovaly.) Výnosy z léta vychvalovaného přístavu bezpečného investování - **nemovitosti** - klesají, a spekulace na ně jsou dokonce označovány za původce současných ekonomických krizí... a tak bychom mohli pokračovat.

Investice do předmětů sběratelského zájmu

Jisté i proto se řada investorů tradičně obrací k jinému segmentu trhu – k investicím do předmětů **sběratelského zájmu**. Oproti předchozím oborům má tato komodita nezanedbatelnou výhodu, že je současně **sběratelstvím**, což je vlastně atavismus – pozůstatek chování našich dávných předků, z nichž velká část byli **sběrači**, a my jsme dnes **sběratelé**. (Jinou část zase tvořili lovci a atavismem je u jejich potomků například rybaření.) A protože takové chování je široce rozšířené už tisíce let, je prakticky jisté, že sbírání jako obor zaujme i další generace, což je nutný předpoklad toho, aby investice v něm měly perspektivu.

Sbírání přitom nemusí být investicí – a ve většině případů jí ani nebývá, tedy mi-

nimálně v prvním plánu. Ovšem už samo jeho celosvětové rozšíření přispívá ke stabilitě investic v tomto oboru.

I sběratelství má svá rizika

Je samozřejmé, že i sběratelství - a investování v něm - má vedle výhod také rizika, o nichž je třeba vědět, abychom na ně byli připraveni a uměli jim čelit.

Například *umění* má oproti „nesběratelským“ investicím výhodu, že si obraz můžete pověsit na zeď, ovšem nevýhodu, že jich je na trhu nabízeno nezanedbatelné množství padělaných (a to i s odbornými posudky tvrdícími opak). Člověka po letech jistě nepotěší, že byl oklamán, nemluví o totální finanční ztrátě. Padělky se nevyhýbají ani jiným sběratelským oborům, a nejde přitom o situaci novou - právě naopak! Z historie víme, že jak se někde objeví peníze, padělatelé jsou okamžitě nablízku, dnes, jako před staletími. Padělky jsou proto ve většině oborů skoro stejně staré, jako tyto obory samy, přesněji řečeno se začaly objevovat od chvíle, kdy se našlo dost zájemců, kteří v nich začali vynakládat větší prostředky. Čelit jim můžeme opatrným chováním při nákupu, pozvolným získáváním zkušeností, navázáním styků s důvěryhodnými znalci a samozřejmě i výběrem oboru, v němž je ochrana sběratelů před padělkem nejrozvinutější.

Ale *padělky* nejsou jediným nebezpečím, které na investory číhá. Předměty sběratelského zájmu totiž podléhají i dalším rizikům, zejména *fyzickému poškození, ztrátě* a *módním vlnám*, leckdy i ve vzájemné kombinaci. Prvním dvěma můžeme předcházet opatrností, *ovšem módní vlny* často směřují nečekaně, a vyzdvihují věci, u kterých bychom to nečekali, a naopak z finančních výšin svrhávají zdánlivě osvědčené hodnoty. Magnetofonová kazeta (ano, i ty se sbírají!) značky Technics či Maxell, v metalovém provedení, nepoužitá a originálně zabalená, se dá dnes prodat i za pět tisíc korun! Před dvaceti lety, v době nástupu cédéček, se přitom dala běžně koupit za stovku, takže je dneska

dražší padesátkrát! Naproti tomu koho dnes zajímají obrazy módních portrétistů, u nichž se paní továrníková za první republiky musela zapsat do pořadníku a zaplatit tučný honorář! Že si tehdy raději nekoupila zlatý prsten s velkým briliantem? Ale kdež! Ten tvar už dávno vyšel z módy a slabě nažloutlý kámen nevalné čistoty a se starým brusem dneska už taky nikdo nechce... Potomci si mohou nanejvýš povzdechnout, že se místo olejomalby nenechala raději rychleji a levněji vyfotografovat od Drtikola a při té příležitosti nekoupila něco z jeho volné tvorby – obojí by dnes dobře prodali třeba i v londýnské Sotheby's. A protože v tomhle článku chceme hovořit o filatelii, samozřejmě nemůžeme nezmínit zklamání, které zažijí skoro všichni dědicové sbírek tvořených odběrem známek v novinkové službě. Vždyť to dědeček kupoval čtyřicet let a dal do toho tolik peněz – a teď to nikdo nechce...!?

Příklady, kdy lidé špatně vynaložili peníze, je prostě plná historie – i když se o nich nemluví zdaleka tak často, jako o těch úspěšných. Potíž je v tom, že většina lidí si myslí, že investice = bezpracné a jisté zhodnocování vložených prostředků. Tak to ale nefunguje v žádném oboru, tedy ani u předmětů sběratelského zájmu.

Proč si vybrat právě filatelii?

Důvodů je mnoho – a některé se tradují už od dob první republiky. Především je to obor velmi demokratický, kterému se lze věnovat v každém věku a s jakýmikoli prostředky. Kdysi se výstižně říkalo, že známky může sbírat pan domácí v prvním patře i domovníkův desetiletý Pepík v suterénu, první za tisíce a druhý za halíře, a oba jsou přitom filatelisté. To by například u olejomalb samozřejmě nebylo možné. Pravdou je, že ve filatelii lze začít skromně a horní hranice je neomezená.

Známky jsou úředními vydáními států, před paděláním ke škodě pošty je obvykle chráněn zákon. Jsou dobře katalogizovány a popsány. Protože jde o polygrafické roz-



Gietl Verlag

1/1

Právo 1/1

množeniny, lze dobře rozpoznat pravé od napodobenin – což se o řadě jiných sběratelských oborů říci nedá. Zaručené originály známek navíc bývají od svého vzniku uloženy v poštovních muzeích, kde k nim má odborná veřejnost přístup a může je využívat v ochraně před padělkami.

Ve filatelii existuje rozsáhlá odborná literatura, vycházejí katalogy a časopisy, snadno dostupný je bohatý sortiment potřebných obalů a pomůcek.

Filatelie je rozšířena na celém světě, jde o mezinárodní hobby, kterému se věnuje hodně sběratelů – dokonce se uvádí, že jde o nejrozšířenější sběratelský obor vůbec! To vytváří rozsáhlý a poměrně stabilní trh, na němž působí velký počet obchodníků, a obchody jsou tradičně uzavírány i přímo mezi sběrateli, a to i mezinárodně. Investovat do známek lze v nejrůznějších relacích, najednou i postupně, a při uvážlivé investiční strategii je lze zase poměrně rychle zpeněžit.

Přes svou leckdy nemalou cenu jsou známky přitom pouhé papírky, nenápadné a skladné. Zlatou minci nebo diamantový šperk pozná každý, ale rozdíl mezi haléřovou a vzácnou známkou je leckdy na první pohled nepatrný a pozná ho jenom zasvěcený odborník. Historie minulého století ukazuje, že známky byly mnohdy to jediné, co si celé skupiny obyvatel mohly odnést sebou do exilu – Židé před válkou, antifašisté po jejím začátku, Němci po jejím konci, „třídni nepřátelé“ po roce 1948, odpůrci sovětské okupace po roce 1968. Obrazy, nábytek, starožitnosti, nic z toho nepřípadalo v úvahu, mince, zlato a šperky byly nápadné, ale pár známek v knížce, nebo zastrčených za víčkem kapesních hodinek? Ze vzpomínek pamětníků víme, že mnohdy to byly první a jediné peníze, které po jejich prodeji měli v nové zemi do začátku. Známky jsou totiž mezinárodní, všude se najde někdo, kdo jim rozumí a komu je lze prodat.

Za protektorátu známky leckdy plnily úlohu náhradního platidla. Když už nebyly jiné cennosti a penězům nikdo nevěřil, měnili je lidé se sedláky za mouku, maso a sádlo. Dodnes se na venkově, mezi jejich potomky, vyskytují hodnotné známky z té doby, i když v rodině nikdy nebyl žádný filatelista.

Známky byly také jedinou investicí, kterou řada movitých sběratelů na přelomu čtyřicátých a padesátých let uchránila před nenecháváním rukama nového

režimu – podniky, živnosti, zemědělská hospodářství, akcie, cenné papíry, domy, pozemky, leckdy i nábytek, umělecká díla a delší zjevně cenné věci jim byly zabaveny, o úspory pak celý národ zanedlouho připravila měnová reforma. Sbírká známek tak pro leckoho byla na dlouhá léta jediným pramenem doplňkového příjmu.

Ale známky samozřejmě nejsou jen pojistkou pro zlé doby, důležitým důvodem pro jejich sbírání a investování do nich je samozřejmě i to, že nad nimi můžeme znovu a znovu prožívat uspokojování objevitelské touhy, můžeme je sbírat ukázněně i bohémsky, a když do filatelie pronikneme, staneme se v některé z mnoha jejích oblastí odborníky, dozvíme se mnoho zajímavého, rozšíříme své obzory a obohatíme tak svůj život.

Investice, nebo koníček?

Už jsme řekli, že v oboru předmětů sběratelského zájmu není každé sbírání investicí. Ve skutečnosti pro mnoho (a ve filatelii možná dokonce pro většinu) sběratelů je jejich záliba jen čirým potěšením - a finanční stránka je buď nezajímá, nebo se na ni dokonce dívají s opovržením. První generace filatelistů si na tomto přístupu velmi zakládaly, jak se můžeme přesvědčit v dobových časopisech; známky si zásadně vyměňovali a jakékoli kupování a prodávání pro mnohé z principu nepřicházelo v úvahu. I když se doba změnila, pořád se najde dost zastánců tohoto přístupu, a samozřejmě jim to není možné mít za zlé.

Na druhé straně jsou investoři (v Německu například investiční fondy), kteří nemají k předmětu svého zájmu sběratelský vztah. A pak je třetí skupina těch, kdo se snaží spojit potěšení z koníčka s ekonomickou úvahou, jak vynaložené peníze ochránit, a možná dokonce zhodnotit.

Samo slovo *investice*, a s ním související výraz *spekulace*, jsou nám pořád poněkud cizí, a zejména to druhé si z minulosti nese vysloveně hanlivý nádech. Není divu, vždyť spekulace - a to jakákoli - byla za předchozího režimu přísně stíhaným trestným činem, a na přemet, že je dnes jedním z legálních motorů hospodářství, si těžko zvykáme. Život je však pestrý, a ten filatelistický samozřejmě také, a tak v něm mají své místo všechny korektní přístupy, od bezelstného vyměňování kus za kus po velkorysé spekulace na vzestup cen celých známkových zemí. My se ale v tomto článku chceme udržet v mezích obvyklých na

našem trhu, takže se soustředíme na běžně dostupné a obvykle používané způsoby investování.

Jak na to?

Zkušenosti našich předchůdců ukazují, že přes všechny proklamace o výhodnosti nákupu toho či onoho, ve skutečnosti se investice v oboru předmětů sběratelského zájmu může vyplatit v podstatě jen ve čtyřech případech: *náhodou*; *přesvědčením ostatních*; *racionální úvahou*; *aktivním a předvídatelným přístupem*. Popišme si je dále jeden po druhém, v praxi však samozřejmě mohou působit i společně a v různých kombinacích.

Náhoda

Pokud jde o *náhodu*, ta samozřejmě hraje roli ve všech oborech lidské činnosti, ale spoléhat na ni v investování nedoporučujeme - to rovnou můžete sázet Sportku. Na druhé straně i ve filatelii náhoda přeje připraveným, o čemž se přesvědčila řada zapálených sběratelů, kteří díky svým znalostem i v haléřovém materiálu našli hodnotné kousky, třeba Vejprtské padělkami Hradčan. Tady ale nejde o investování, ale o zúročení nabytých vědomostí. Obecně platí, že orientace na náhodu do investiční strategie nepatří, a pokud ano, tak jen zcela okrajově, jako malá součást portfolia, která může příjemně překvapit, ale rozhodně na to nesázíme.

Přesvědčování ostatních

Jde o běžný způsob, vyžadující však aktivní přístup a často i dostatek finančních prostředků na propagaci (nebo možností, jak ji účinně provést zdarma). Spočívá v tom, že investor koupí něco levného, například pozůstalost neznámého výtvarníka, a pak spustí masivní kampaň (články v novinách a časopisech, výstavy, šoty v televizních zprávách, aukční prodeje /leckdy předstírané, což už je ale za hranicemi obchodní etiky/), až najde dost zájemců, které přesvědčí o hodnotě a přínosnosti jeho díla a obrazy jim prodá za příslušně vyšší cenu.

Obdobné je to v jiných oborech, včetně filatelie. V té se to děje například pomocí článků a publikací, kterými autor či vydavatel upoutává pozornost sběratelů na určitou zajímavost, typ, deskovou či výrobní vadu, nebo na celou emisi, údobí, námět, známkovou zemi apod. Nejde o nic neokretního a leckdy to dokonce může mít

pozitivní dopad i pro ty, jejichž pozornost byla upoutána a včas na nové poznatky reagovali. Příkladem bychom mohli v minulosti i současnosti nalézt celou řadu a někdy ani nejde poznat, zda podnětem byla ryzí badatelská činnost, či zda hrál roli i prvek investiční.

Racionální úvaha

Oblíbený přístup, jak se zaměřit při investování ve filatelii, který volí zejména vzdělanější a hloubavější sběratelé. Z praxe víme, že obvykle uvažují takhle: „Do čeho má smysl investovat? Samozřejmě do toho, o co bude v budoucnu větší zájem, než dnes, takže ceny stoupnou a já vydělám. Je tedy třeba vybrat zemi, která vydává známky v menším nákladu, než kolik v budoucnu bude jejich sběratelů.“

Učebnicovým příkladem správnosti této úvahy bylo sbírání známek **Číny**. Například ty ze šedesátých a sedmdesátých let dnes stojí i tisícinásobek, ba i desetitisícnásobek toho, za čeho bylo možné tehdy koupit v prodejnách Pofis. To je bezesporu investiční tereno – v jakém jiném oboru se podařilo vydělat **milión procent** za několik desítek let? Například aršík Čínské divadlo z roku 1962 se prodával zhruba za 30 Kčs, dnes je jeho cena 10.000x vyšší – tedy 300.000 Kč. Investoři přitom uvažovali takto: „Aršík Divadlo má náklad 20.000 kusů, Číňanů jsou stovky milionů a píše se, že jich brzy bude miliarda. Podle literatury jde o pracovitý národ se sklony k šetrnosti, až se trochu vzdělá, jistě alespoň část z nich bude kupovat známky.“ To se ukázalo jako správný předpoklad, který praxe dokonce vysoce překonala. Krajanské kolonie úspěšných Číňanů v rozvinutých státech a velký počet bohatých doma vyhnal ceny známek do astronomických výšek – a stále stoupají.



Ovšem pokud stejně uvažoval investor o známkách **Indie** – s obdobnými předpoklady, šeredně se zmylil; stojí totiž prakticky stejně jako tenkrát.

A další úvaha, která se neosvědčila: „Vznikla nová známková země – **OSN**. Jde o celosvětovou organizaci, jejíž známky se budou sbírat všude, proto je dobré do nich investovat.“ Zpočátku to tak opravdu vypadalo, přinejmenším na našem rozvinutém, ale značně izolovaném trhu. Nejdražší položka, první aršík z roku 1955, se u nás v roce 1989 prodávala v aukcích za 10.000 Kč a více. Pak se ale situace změnila, móda sbírání známek OSN ve světě pomínila (i v důsledku zvýšení počtu vydávajících úřadoven, velkého počtu novinek a vysokého nominálu) a ceny se zhroutily – dnes se aršík prodává za 10 až 20 % ceny běžné před čtvrtstoletím, tedy s čistou ztrátou 80 až 90 %. A u ostatních emisí OSN je to snad ještě horší.

Obdobně to bylo s **Vatikánem**. V katolicky založených zemích do něj investoval velký počet sběratelů, a když pak přišly těžší časy, většinou jej z ekonomických důvodů opustili a soustředili se jen na vlastní zemi. A protože Vatikán, jak známo, mnoho obyvatel nemá, v krátké době klesly ceny jeho známek na polovinu i méně. Podobně bychom mohli psát o známkách vydání **EUROPA** (miliardové ztráty investorů zejména ve Španělsku před několika lety) a mohli bychom uvést i další příklady.

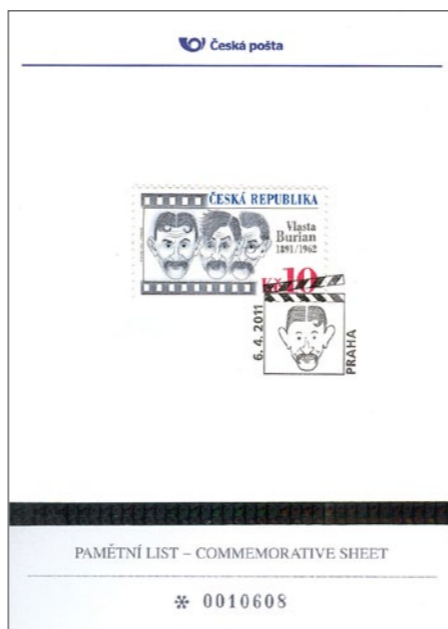
Naproti tomu ti, kdo se zaměřili na známky **Sovětského svazu**, zejména na neupotřebené meziválečné série, udělali dobře – dnes se prodávají za mnohonásobek cen běžných před rokem 1980. Ale kdo tehdy mohl vědět, že komunistické impérium „na věčné časy“ se zhroutí a na jeho troskách zbohatne velká skupina lidí, z nichž mnozí budou ochotni draze kupovat staré sovětské známky?

A jsou i současnější příklady. V roce 1993 začalo pražské **Poštovní muzeum** vydávat ke svým výstavám příležitostné dopisnice, které šlo běžně koupit v jeho prodejně zhruba za dvacet korun. Bylo to všeobecně známo, většina sběratelů je ale bez zájmu pomínila. A to přesto, že měly jen nepatrný náklad i v pouhých stovkách kusů – což na první pohled slibovalo výrazné budoucí zhodnocení. Dnes ty první stojí od dvou do pětadvaceti tisíc korun za kus!

Obdobně to bylo pamětními listy České pošty, které začaly vycházet před dvěma



lety. Předem bylo oznámeno, že mají náklad kolem tisíce kusů – což je v poměru k počtu sběratelů nevysoké číslo. V určený den si je mohl za 30 korun koupit každý na Hlavní poště v Praze, přesto to udělal jen málokdo. Ti, kdo si jich koupili více kusů – a tedy do nich investovali, udělali dobře, dnes se prodávají i padesátkrát draž!



Na několika příkladech jsme si ukázali, že racionální úvaha se při investování leckdy vyplatila, na druhé straně ale nemusí vždy vést k zamýšlenému výsledku – a mnozí z těch, kdo se jí řídili, naopak utrpěli nemalé ztráty.

Novinková služba?

Zvláštním, ale předvídatelným případem málo perspektivní investice je ve většině případů odběr známek v novinkové službě pošty – a přesto jde o nejrozšířenější způsob sbírání u nás i v zahraničí! Nic proti němu, pokud jej vnímáme jako zálibu, u níž si odpočineme a třeba se i trochu poučíme. Nakonec, každý koníček něco stojí a u většiny z nich by nás ani nenapadlo, že bychom na nich měli ještě něco vydělat! Proč by to tedy ve filatelii mělo být jiné?

„Investoři“ však uvažují takto: „Jde o známky vlastní země, o které bude vždycky zájem, protože známky se nejvíce sbírají v zemi svého původu. Navíc je kupuji za nominál a v nejhorším je lze vždycky použít na frankování.“ Z praxe však víme, že jde o chybnou kalkulaci. Většina států totiž známek vydává dostatek, takže se na všechny dostane. Pokud v průběhu doby přibudou noví zájemci, obvykle se zajímají o aktuální vydání a o ta starší nemají zájem. Přirozenou generační obměnou klesá počet sběratelů předchozích časových období, ovšem známky z nich z trhu nemizí – jejich ceny se tedy snižují. A když pak dojde ke zrušení jejich platnosti (z důvodu přechodu na euro či jiné změny měny, vzniku nového státu, vysoké inflace, změny politické situace apod.), ceny se obvykle doslova zhroutí. Dosud totiž obsahovaly dvě složky – poštovní (nominální cena) a sběratelskou. Pokud první zanikne a známky už nelze v poštovním provozu použít, zbývá složka sběratelská, u které jsme si ukázali, že ve většině případů velmi malá (známek je víc než zájemců o ně). To se nevyhnulo v podstatě žádnému evropskému státu, na Východě i Západě.

Ale ani složka „poštovní“ nezaručuje alespoň pouhé udržení hodnoty, i když známky dosud platí. Se změnou poštovních sazeb klesá zájem o „nefrankurní“ hodnoty, tedy o ty, které nelze jednoduše vypotřebovat (u nás například kdysi běžně 3,60 či 4,60 Kč, nebo naopak hodnoty příliš vysoké, jako 31 Kč apod.). Nemluvě o tom, že s rozvojem elektronické komunikace ubývá podniků a podnikatelů, kteří by byli ochotni vyplácet svou korespondenci známkami a dosud tvořili významnou část poptávky. Důsledkem je, že v aukcích se pak sbírky platných neupotřebených známek nabízejí za nižší, než nominální cenu.

Závěr je tedy jednoznačný: Není možné si myslet, že pouhým odběrem nových známek rázem vyděláme – kdyby to tak bylo, lidé by nedělali nic jiného.

Aktivní a předvídatelé sbírání

Při něm tvůrce sbírky překročí hranice „sestavování puzzle“ podle katalogu, a o své známky (celiny, celistvosti atd.) se hlouběji zajímá, objevuje u nich dosud nepopsané detaily a souvislosti, aktivně si vybírá perspektivní položky a někdy si součástí sbírky dokonce sám vytváří. Sbí-

rat lze i nejmodernější materiál, nebo si najít úplně netradiční zaměření. Důležité přitom je, nedělat věci jako ostatní, protože jenom tak je možné dosáhnout ojedinělého výsledku.

Cest je mnoho, takže si lze vybrat takovou, která bude vyhovovat právě vám. Investor s velkými prostředky se může zaměřit na rarity a díky přístupu k tak ojedinělému materiálu u nich objevit netušené zajímavosti, které pak popíše, díky tomu pro ně získá pozornost dalších sběratelů a při rozprodeji nakonec vydělá.

Naproti tomu s omezenými prostředky můžeme odebírat novinky, ale místo jejich založení do alba (jako to udělají ostatní) je v den vydání nalepit na hezkou, nefilatelisticky vyhlížející celistvost malého formátu a jako správně vyplacenou jednoznámkovou frankaturu odeslat poštou, pokud možno do nějaké zajímavé destinace. Vznikne tak neúřední *obálka dne vydání (FDC)*, o ně je obvykle po čase mezi sběrateli zájem. Samozřejmě, vyžaduje to znalost poštovních sazeb, ale pro každou vydanou hodnotu by mělo existovat takové využití. Dokonce je možné méně běžné hodnoty použít jako frankaturu násobnou (tedy tzv. jednobarevnou – složenou ze dvou či více stejných známek), čím složitější to bude, tím lepší výsledek jednou při prodeji dosáhneme; možná jsme totiž byli jediní, kdo něco takového v den vydání udělali!

Můžeme si připravit analogickou pohlednici, mincovní dopis, využít zajímavý poštovní kurz, neobvyklý způsob přepravy či neobvyklý den (v minulosti kupříkladu 1. 1. 1993 – den vzniku ČR a SR, v budoucnu např. den zavedení eura či přistoupení k hlubší integraci v EU apod.). Z praxe víme, že takové materiály mají naději na zhodnocení.

Můžeme se zajímat o tvůrce našich známek, pokusit se od nich získat nějaký málo běžný materiál, skici, nepřijaté návrhy apod., jak to v minulosti udělala řada sběratelů. Když byli dost vytrvalí a úspěšní, vždycky se našel někdo, kdo jejich sbírku po letech rád koupil.

Studijně můžeme dokumentovat historii svého města, obce, regionu. Čím speciálnější (a samozřejmě pracnější) to bude, tím větší naděje, že to jednou někdo ocení.

Sbírat však lze i skoro bez vložení peněz, prostě je třeba mít oči otevřené a vybrat si směr, kterým se ostatní zatím neubírají. Co méně obvyklé poštovní nálepky na

celistvostech? Či nově zaváděné nálepky a známky soukromých poštovních operátorů – ty dneska nikoho nezajímají, takže zásilky s nimi končí v koši, ale co za pár let? Obdobně to přece nedávno bylo v některých státech s prvními automatovými známkami, nevzhlednými štítky, které si málokdo schoval – a dnes se například ty francouzské prodávají za stovky eur.

Hodnotná studijní sbírka může dokonce vzniknout doslova ze sběru – sám jsem si nedávno jednu takovou jako znalec koupil! Její tvůrce získal několik beden starého papíru – dopisnic z televizní soutěže, do níž desetitisíce účastníků v polovině devadesátých let posílaly své odpovědi. Přebíral je a vytrídil z nich padělky ke škodě pošty, byly jich stovky, ty pak prostudoval a roztrídil podle papíru, detailů kresby, barvy tisku, místa použití a dalších hledisek – a za tenhle studijní soubor pak právem inkasoval slušnou sumičku.

Možností je však samozřejmě mnohem více. V každém případě nás takový aktivní přístup může obohatit o poznatky (ty je dobré publikovat, v odborných časopisech nebo třeba na internetu) a navíc zúročit vložený čas i prostředky.

Sbírku máme – ale co nakonec s ní?

Věci mají počátek, průběh a konec – s tím nic nenaděláme, a tak je lepší s tím rovnou počítat. Málokomu se poštěstí vytvořit takový soubor, aby jej stálo za to držet pohromadě i pro budoucí generace. A málokdo má vůbec možnost si něco takového dovolit. Do známek jsme přece investovali s tím, že jednou, až to budeme potřebovat, vložené prostředky získáme zpět, v ideálním případě dokonce výhodně zúročené. Samozřejmě, nejjednodušší je nechat to na potomcích, „at si s tím jednou dělají, co chtějí“, a tak k tomu taky většina sběratelů přistupuje. To je ale krátkozraké a dokonce i sobecké (i když to zní jako protimluv), zejména pokud se nám nepodařilo získat v našem koníčku následovníka. A je-li potomků více, dokonce riskujeme, že si kvůli naší sbírce nakonec zkalí vztahy. A taky nejde o způsob nejvýhodnější, protože co si mají neinformovaní dědicové jednou s naší sbírkou počít? Kolik už bylo případů, kdy ji někdo od nich koupil za zlomek skutečné hodnoty!

Mnohem lepší proto je, když se tohoto úkolu ujme sám sběratel, který soubor nejlépe zná, a tak je naděje, že při prodeji

dosáhne nejlepšího výsledku. A jak k tomu přistoupit? Záleží na tom, o jakou sbírku jde.

Pokud ji tvoří zejména jednotlivé hodnotné položky, například série či zajímavé samostatné exempláře, pak jde spíše o **investiční soubor**, který bude třeba rozbrat položku po položce, jako by se rozbíral dům – cihla po cihle. V podstatě jde o opačný postup, než jakým byl soubor sestavován. Je třeba sledovat trh a prostřednictvím aukcí (klasických i internetových), obchodníků, a třeba i na burzách a pomocí inzerátů ve vhodný okamžik nabídnout to, co má v danou chvíli největší naději na výhodný prodej. Stará zkušenost totiž říká, že známky je třeba prodávat, když je někdo chce, a ne, když je potřebujeme prodat zrovna my. Větší zájem proto obvykle bývá před významnými soutěžními výstavami, kdy se majitelé snaží doplnit své exponáty, aby dosáhli co nejvyššího hodnocení, zatímco po nich je naopak spíše rozprodávájí. Přesvědčit se o tom můžeme například na výsledcích dosažených v aukcích před Mezinárodní výstavou Praga 1998, kdy padla řada cenových rekordů, a po ní, kdy naopak stejné či obdobné položky byly prodány výrazně levněji. Roli samozřejmě hraje i momentální obliba určité známkové země nebo dokonce konkrétní emise – například v souvislosti s vydáním specializované publikace (po vydání monografií vzrůstá zájem o jejich téma - SO 1920, Tereziín apod.), mezinárodně politickou situací (válka v Iráku výrazně zvýšila zájem o jeho známky v USA, což se projevilo vzestupem cen jejich zkusmých tisků, vytvořených našimi rytci), strategií velkých zahraničních investorů (spekulace na známky EUROPA ve Španělsku) a podobných hledisek bychom mohli uvést víc. Tyhle informace samozřejmě nepadají z nebe, musíme se po

nich pít (v době internetu to zase není tak složité), odhadovat situaci a taktizovat, ale i to přece může být přitažlivou součástí našich filatelistických aktivit.

Jiná situace je u sbírky řekněme **obvyklé**, tedy takové, která obsahuje materiál určité země nebo námětu, bez ohledu na jeho cenu – společně běžné položky (těch bývá nejvíce) i drahé a hledané věci. Jde o nejběžnější způsob sbírání a z praxe víme, že takové soubory je nejvýhodnější zpeněžit najednou. Samozřejmě se setkáme s tím, že nám zájemci budou nabízet lákavé ceny, když jim prodáme samostatně nějaký „extrabuřt“, ale to je třeba dobře uvážit, protože jen díky přítomnosti právě takových zajímavostí o naši sbírku bude někdo vůbec stát. Pokud z ní necháme „vzobrat hrozinky“, hrozí, že o zbytek už nikdo nebude mít zájem. Na druhé straně není vyloučeno, že pozvolný a samostatný rozprodej nejlepších položek může vynést více, než prodej celé sbírky najednou. Zejména pokud jsou v ní obsaženy přitažlivé věci, po nichž někdo touží natolik, že za ně zaplatí bez ohledu na katalogovou cenu. Proto je třeba i v tomto případě prozkoumat trh a rozhodnout se podle okolností.

A konečně úplně jiná situace je u sbírek **studijních**, zejména pokud do nich tvůrce vložil výsledky svého objeveného bádání. U těch je naděje, že je koupí někdo, kdo by chtěl v rozpracovaném díle pokračovat. Tady už katalogová cena obvykle nehraje prvořadou roli a dosáhnout můžeme až nečekaně dobrého výsledku. Ale zase – musíme se s prodejem trefit do správné doby, a ta netrvá věčně.

Pokud se tedy s dostatečným předstihem připravíme na to, že po údobí budování sbírky nastane doba jejího prodeje či rozprodeje, můžeme to zase pojmut jako dobrodružství, při němž nám nemusí

krvácet srdce, protože v zájmu rodinného rozpočtu využíváme všech obchodních zkušeností, kterých jsme za ta léta na filatelistickém trhu nabyli, a nadto zhodnotíme úsilí, které jsme vynaložili, a znalosti, které jsme získali.

Kdy přestat?

Známe rčení praví, že přestat se má v nejlepším. Ovšem neříká, kdy tento okamžik nastane – a hlavně, jak to poznat. Samozřejmě víme, jak jsme na tom právě teď, ale jaké to bude zítra nebo za rok? V literatuře bychom určitě našli rady, ale lepší je spolehnout se na vlastní pocit. Je to jako s jídlem, ve svém věku už víme, kdy jsme se nasytili a je ta pravá chvíle odstrčit židli od stolu a natáhnout si nohy. Stejně je to ve známkách. Pokud cítíme, že nám už zdraví, finanční situace nebo nedostatek či neexistence materiálu neumožňuje sbírku rozvíjet, jak bychom chtěli, nebo jsme dosáhli bodu, za nějž ji nejde už vylepšovat, popřípadě nás dokonce už ani tolik netěší, jako dřív, je asi ta pravá chvíle se zamyslet nad předáním vesla. Nemusí přitom jít o konec se sbíráním, nemusíme přece prodávat všechno najednou, nebo si můžeme vytyčit jiný, skromnější sběratelský cíl, v němž využijeme získané zkušenosti.

V každém případě, pokud jsme předtím investovali dobře - a s rozmyslem pak prodávali, vyklenuli jsme vlastně oblohu, v jehož průběhu jsme prožili se svými známkami krásný kus života, který nám kromě znalostí a zážitků přinesl i vrácení vložených peněz – a možná jsme dokonce i vydělali!

*Autor je filatelistickým znalcem,
publicistou a obchodníkem.
www.FrantisekBenes.cz*

Česká pošta

1/1