

## "Postale" aandachttrekkers

Tussen al het papier dat we dagelijks op de deurmat vinden, gaat onze aandacht het eerste uit naar brieven die aan ons persoonlijk geadresseerd zijn, vooral wanneer ze gefrankeerd zijn met een (mooie) postzegel. Uit onderzoek is gebleken dat zulke brieven de hoogste "attentiewaarde" hebben -

niet alleen bij filatelisten, maar bij elke ontvanger van post. Een correcte adresering, een opvallende postzegel en een mooi stempel zijn postale aandachttrekkers: ze zorgen ervoor dat een poststuk eerder geopend en gelezen wordt.



*Informatieservice 1996: PTT als kwaliteitskeurmerk*



*afb. 1 Postzegels en stempels op geadresseerd reclamedrukwerk. Mailings van European Affairs (1986) en Zilveren Kruis (1996)*

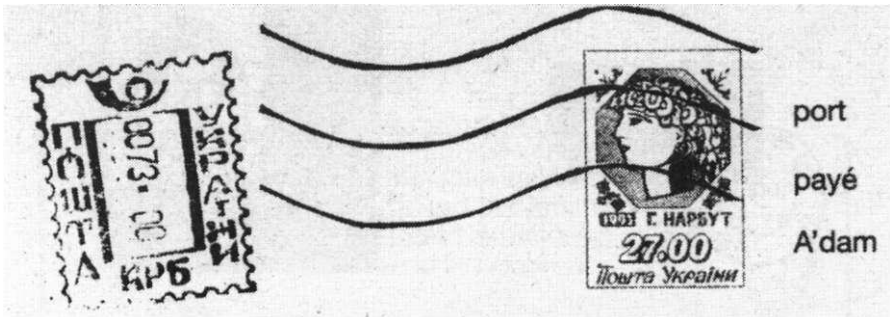
Van deze kennis wordt door allerlei bedrijven gebruik gemaakt. Waarom zou Reader's Digest zijn reclame-uitingen anders zo persoonlijk maken ("Geachte heer JANSEN, als een van de weinige mensen in NYMEGEN kunt u gebruik maken van deze unieke aanbieding...") en waarom zou zo'n bedrijf de moeite nemen al die honderdduizenden enveloppen van postzegels te laten voorzien en ze te laten afstempelen? Precies: om de aandacht van de ontvanger te trekken. Ook bedrijven die veel mailings naar het buitenland versturen, kennen de waarde van een goed-uitziende brief.



Heel grote mailings worden door de afzender gesorteerd en "bezorg-klaar" aan de PTT aangeboden: zelfs voor de afstempeling is dan al gezorgd. De gebruikte stempels zien er zo officieel mogelijk uit: "PTT Post" in allerlei variaties, maar soms ook dagtekenstempels met plaatsnaam (afb. 1).

Al dat plakken en stempelen is nogal tijdrovend en dus kostbaar. Het zou goedkoper zijn, de postzegel meteen mee te drukken op de envelop. Maar daarmee zou men zich de postale recherche op de hals halen: het vervaardigen van Nederlandse postzegels is nu eenmaal niet aan iedereen toegestaan. Het bedrukken van je reclamedrukwerk met buitenlandse (fantasie-zegels) mag wel. Er moet wel gewoon bij de Nederlandse PTT afgerekend worden, wat blijkt uit een Port Betaald-aanduiding met een plaatsnaam (afb.2). Ook het kopiëren van complete buitenlandse postwaardestukken op een envelop is een mogelijkheid (afb.3).

Afb. 2 Gedrukte Spaanse fantasiezegel



afb. 3 Op een mailing van Greenpeace staat een compleet postwaardestuk uit Oekraïne afgebeeld (1996)

Het verfraaien van een Port Betaald-aanduiding kan trouwens ook met andere postale middelen: een verzekeringsmaatschappij voorzag zijn mailing van een luchtpost-omranding en een gedrukt(!) frankeer- machinestempel (afb.4).

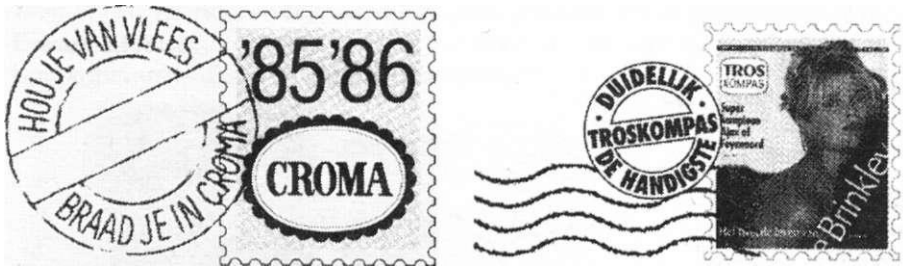
Ook ongeadresseerd reclamedrukwerk wordt soms van postale aandachttrekkers voorzien, wat af en toe best leuk drukwerk oplevert. Zo voorzag Croma een kerstkaart van nep-zegel en -stempel. Postorderbedrijf Neckermann verspreidt enveloppen met in het zegelbeeld telkens een afbeelding van de nieuwe catalogus; het gebruikte stempel is elke keer hetzelfde. Ook TROS-Kompas gebruikte verschillende zegels en stempels (afb. 5).

Een leuk voorbeeld van ongeadresseerd reclamedrukwerk ("Aan u, als bewoner van dit huis") is het gidsje Informatie Service, waarin aanbiedingen staan van



afb. 4 "Luchtpost" uit Apeldoorn

allerlei postorderbedrijven. Ook op dit gidsje zien we een nep-stempel en een nep-zegel, maar zowel de tekst ("Door PTT bij u thuisbezorgd") als de afbeeldingen (komische en realistische afbeeldingen van postbodes) zijn bedoeld om te laten zien dat dit niet zomaar een reclamevodje is: PTT wordt hier gebruikt als een soort kwaliteitskenmerk (afb. bij titel).



afb. 5 Reclame van Croma (1985) en TROS-Kompas (1994,1995), bedrukt met nep-zegels en -stempels

Voorbeelden van postale aandachttrekkers om reclamedrukwerk op een (geadresseerde) brief te doen lijken, zijn er volop. Ook in de ideële hoek wordt van dit soort methoden gebruik gemaakt. Als voorbeeld tonen we een oproep voor de kerstcollecte van een gereformeerde instelling, waarbij een bestaande briefkaart nagemaakt is en voorzien van een "bewerkt" vlagstempel met postcodevlag (afb. 6). En uit Duitsland iets dergelijks: de oproep van een politicus aan de kiezers om op hem te stemmen, ook in de vorm van een nagemaakte briefkaart (afb. 7).

hebben mij recht op  
 ding en zorg van ons  
 ook op onze financiële  
 groot deel van de landelij-  
 satiskollekte is dan ook  
 voor het missionaire werk  
 in steden. Op het kerstfeest  
 uw bijdrage hiervoor.

BRIEFKAART

DE KERSTCOLLECTE?

Gewoon even geven



Aan elk gemeentelid

afb. 6 Nagemaakte briefkaart Evangelisatiecentrum (1983)

De vervaardigers van deze laatste postale aandachttrekkers mogen trouwens blij zijn als ze niet té veel postale aandacht hebben getrokken: de PTT in Nederland neemt dit soort vormen van plagiaat hoog op; in Duitsland zal dat wel niet anders zijn. We tonen deze stukken dan maar in de hoop dat dergelijke zaken na ruim 10 jaar wel verjaard zijn...

Jac Spijkerman

5 H., den 3. Dec 1985

zähler,  
 'einst fordern,  
 in den letzten

solenne auszusitzen;  
 ist vorgemacht  
 Politik, wir haben  
 gemeinsam viel  
 und Arbeitsplätze  
 unserer Umwelt.  
 schon erreicht

ser am Kirchplatz



afb. 7 Duitse nep-briefkaart (1985)