

Bří Zikmundové z Prahy Karlína, akciová společnost pro výrobu a obchod minerálními oleji si v roce 1927 pořídili výplatní stroj Francotyp B3 s horním číslem počítadla. Stvrdil jim to Věstník MPT č. 27 ze dne 3. 6. 1927. Byli 38. subjektem, který si výplatní stroj u nás pořídil. Jak šel život s výplatním strojem či lépe řečeno s výplatními stroji?

FR 8h - 4m - První výplatní stroj Francotyp

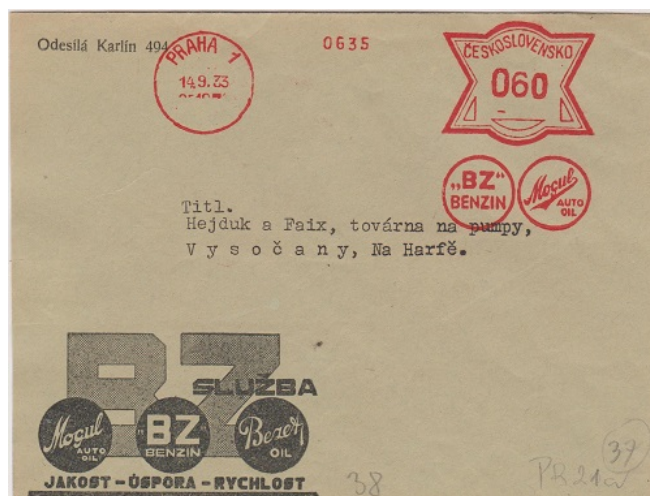
Dohlédací pošta PRAHA 1

Označení uživatele bylo reklamní, název firmy byl skryt v prvním kruhu pod zkratkou BZ

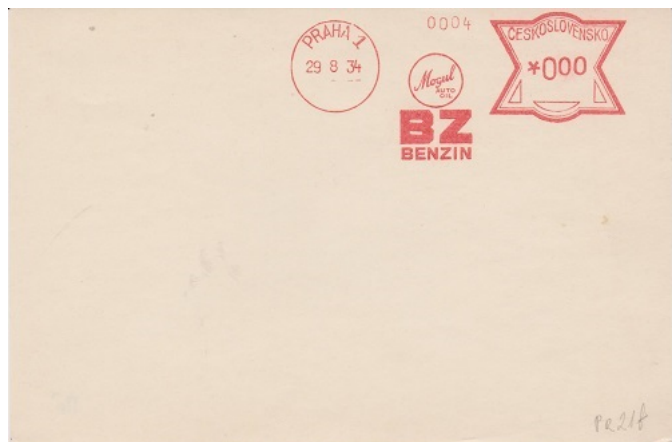
Denní razítko mělo číslice s tečkami.

První výplatní otisk spatřil světlo světa 13. 7. 1927. Posledním otiskem byl pravděpodobně 29. 8. 1934 (viz dále)

Hraniční data prvního období zveřejňuji níže na ilustracích.

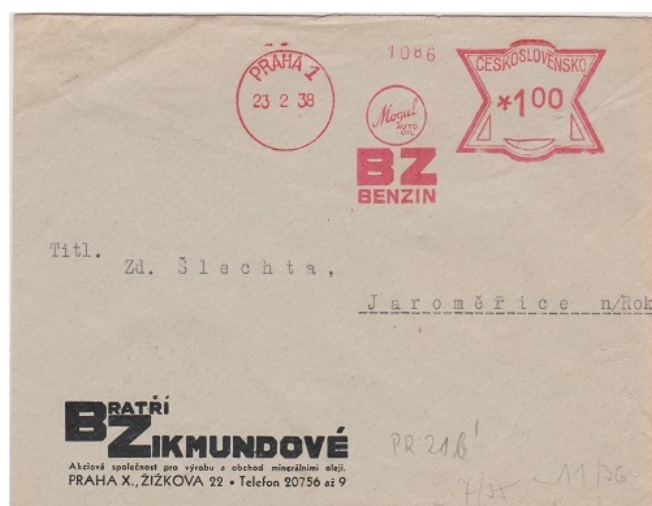


FR 6h - 4m Druhý výplatní stroj Francotyp



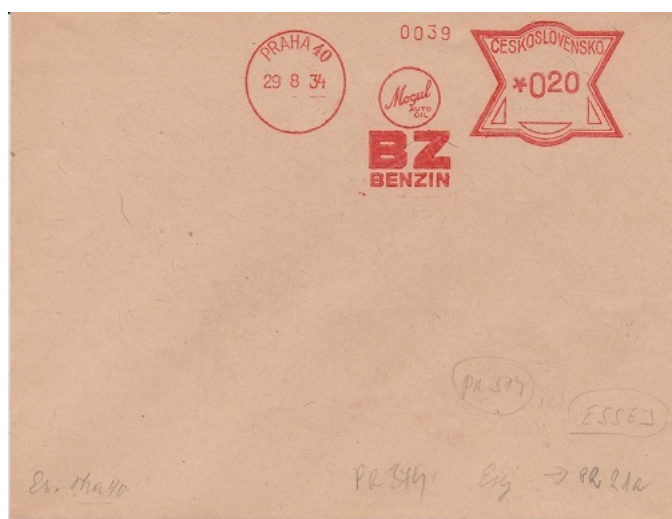
Druhý výplatní stroj Francotyp FR 6h - 4m - poškození dolní úseče ve výplatním razítku - varianta druhého otisku Pozorný sběratel si jistě všimne i natištěné poznámky o sníženém výplatném od poštovního ředitelství v Praze. I to patří k poštovní historii a kultuře uchovávání celistvostí namísto stříhání a shromažďování výstřížků.





A třetí otisk FR 6h - 4m (identický s předchozím), ale podivuhodnost č. 1 dohlédací pošta PRAHA 40 (nahore s PRAHA 1) a podivuhodnost č. 2 stejné datum 29. 8. 1934. Navíc další podivuhodnost č. 3 : celistvostí poštou prošlá. A čtvrtá podivuhodnost - vše vráceno k dennímu razítku PRAHA 1, o čemž svědčí celistvosti poštou prošlé po tomto datu s dohlédací poštou PRAHA 1.

Aby záhadám nebyl konec. Pozorný sběratel a badatel si jistě všimne u první dolní celistvosti v levém dolním rohu nenápadné poznámky psané obyčejnou tužkou: Ess Pha 40. Celistvost popsal arch. Albert Jonáš, jak dosvědčuje srovnání této poznámky s jeho písmem. Takže esej, doposud neznámá. Ale proč. Během jednoho dne cestou z Prahy 1 přes Prahu 40 znovu na Prahu 1? A navíc jedna či více celistvostí s Prahou 40 během jednoho dne?





Na uklidněnou ještě několik ilustrací. Celistvosti s výplatními otisky, které mají na obálkách či lístcích natištěny reklamní texty či obrázky, jsou na aukcích honoceny o něco výše než němé obálky, i když jen s otiskem.

Bratři Zikmundovi byli mistři ve svém obchodním oboru, ale i v reklamě, jak o tom svědčí následující ilustrace.



