

Výplatní stroje a propagace

Je jen málo komerčních uživatelů výplatních strojů v nové, moderní době, kteří využili výplatní stroje a jejich otisky k propagaci své činnosti či svých výrobků. Po roce 1946 se dají psociťat na prstech jedné ruky, pokud nevezmeme v úvahu účelovou propagaci poštovních služeb.- Ta byla o něco větší.

Uživatelé pokládali výplatní stroje a jejich otisky jako prostředek k rychlejšímu a racionálnějšímu vypláčení své korespondence. Propagační účel strojů při vynaložení dodatečných finančních prostředků jako by neexistoval. Nakonec vše bylo řízeno z centra, vše bylo dané, propagace nebyla při neexistenci konkurence ani potřeba. Nikdo propagaci neřešil.

Klasické období, kdy soukromí uživatelé se o svou propagaci museli starat, skončilo. Začala nová doba.

Našly se výjimky. Dvě z nich htereprodukuji.

Výplatní otisk Spořitelny pražské propagovala ve 40. letech "dvouletku spořivých, dvouletku každého z nás". Jednalo se spíše o politické heslo, i když nepřímó vybízelo ke spoření prostřednictvím spořitelen. Nakonec i tento subjekt byl znárodněn. Otisk s datem 4. 7. 1947

Výplatní otisk n.p. Turista, cestovní kanceláře vybídl vyrytým heslem k "pěstování organisované turistiky - poznání krásy země, kterou budujeme". Toto heslo bylo sice budovatelské v rámci nadšení prvních let socialismu, ale už v 60. letech začínala pomalu jkási konkurence, aspoň v sektoru cestovních kanceláří a bylo třeba přitáhnout pozornost ke zvýšení hospodářské činnosti



