Arkranden fortæller historie

Af Jan Filtenborg
Ry og Omegns Frimærkeklub

Som samler af et stort land som USA, med dets enorme behov og forbrug af frimærker, kan man ikke undgå at få fingrene i mærker med arkrester, og jeg har fundet ud af, at der findes en filatelistisk historie, helt derude i randen. Man regner med at der er ca. 5000 forskellige marginal markings (-blocks): ZIP, Mail early, biografi, marketing, Olympia tap, ©, plate position grid, osv. Noget af det, er katalogiseret. Scott specialized lister ikke enkeltmærker med feks. ZIP og ©, kun som 4 blok, og plade# er listet som 12 blok eller 16 blok med ZIP og ©. Michel lister enkeltmærker med disse ting, men plade# er fra 4 til 12 blok. Det er ikke alt jeg samler fra, der er katalogiseret, men derfor er det alligevel interessant.

Mr. ZIP.

I 1963 langerede det amerikanske postvæsen en stor reklamekampagne, for den såkaldte "Zone Improvement Plan (ZIP). For at få befolkningen til at bruge postnumre, ZIP Code, introducerede United States Post Office Department Mr. ZIP, en venligt udseende tegneseriefigur, for at øge opmærksomheden om planen for en mere effektiv postbehandling.

USA havde et system af nummererede zoner, baseret på geografiske områder, som blev indført i 1943. Fra 1940 til 1943 voksede postmængden fra 28 mia. til 33 mia. breve og pakker, og efter USA's indtræden i krigen, måtte postvæsnet ansætte uerfarent personale i stedet for de ansatte, der blev indkaldt til militærtjeneste. Derved opstod behovet for en zoneopdeling, for nemmere at kunne håndtere den store mænge post. Systemet bestod kun af et eller to tal der skulle skrives efter bynavnet (Fig. 1 Orange seddel). Efter kri-

Fig. 1.

Fig. 2 og 2A.

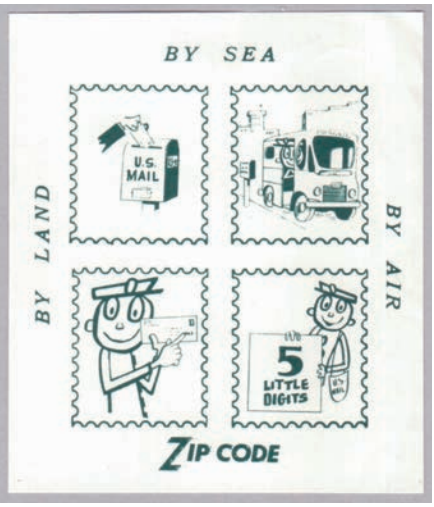

Fig. 3.

gen og frem til 1962 voksende postmængden til 62,5 mia. stykker post, og byerne fik store forstæder, og derved blev systemet fra 1943 utilstrækkeligt. (Fig. 2, 2a).

Mr. ZIP var designet af Harold Wilcox i 1950, for reklamebureauet Cunningham and Walsh. Han skulle reklamere for, at man skulle betale sine regninger i sin bank. Det var Chase Manhatten Bank i New York der havde bestilt reklamekampagnen, og da den var overstået, fik American Telephone CO (AT&T) rettighederne til figuren. AT&T tilbød postvæsnet, at de kunne bruge figuren til den nye kampagne. Han skulle dog tilrettes en smule, bla. skulle han have en posttaske over skulderen. Han hed først Mr. P.O. Zone, men det blev hurtigt rettet til det mere mundrette - Mr. ZIP.

Han blev afsløret på postmesterenes kongres i 1962, sammen med den nye plan. Op til kampagnes start i juli 1963, fik Mr. ZIP og den nye plan, massiv omtale i aviserne. Man havde diskuteret om det var nødvendigt at bruge en figur a la Mr. ZIP for at få befolkningen med på den nye ordning, men man forudså problemer med en konservativ befolkning. AT&T's direktør havde fortalt generaldirektøren, om de store problemer man havde haft med at indføre områdenumre til telefoni. Der blev da også klaget: Det blev opfattet som "den rene kommunisme", "befolkningen blev umenneskeliggjort", "den amerikanske kultur blev undermineret", ja der var sågar en dame der skrev til direktoratet, at hun ville have genindført ponyexpressen. Fra de ansatte lød: "Man bliver til grin", Mr. ZIP ligner slet ikke et postbud", "I gamle dage var der respekt for postbudet" osv. De fleste så dog det nye zonesystem som en stor hjælp og forbedring. (Fig .3 flyer)

Da kampagnen havde kørt i to måneder, indsamlede man erfaringer, både fra personalet og fra brugerne, og de var rigtig positive. Ugebladet "Postal Bulletin", som var et personaleblad, havde man en vejledning i brugen af de nye zonenumre og gode råd om hvordan man kunne bruge Mr. ZIP. Et par numre senere var der en side til postmestrene, med en checkliste, som

Fig. 4.

Fig. 5-9.

Fig. 10-12.

de kunne bruge til at se, om alt gik som forventet, samt svar på de mest stillede spørgsmål. Alle postmedarbejdere skulle bære badges med Mr. ZIP, så 50.000 kontoransatte og 125.000 bude kunne reklamere på samme tid. Han var også at se på næsten alle tjenestekøretøjer. (fig. 4 badge)

Mr.ZIP var at se på 4. juli parader, på markeder og ved sportsbegivenheder. Ved skønhedskonkurrencer kunne en lokal skønhed kåres som "ZIP Girl". Han sås på TV, i magasiner som TIME, Life og Readers Digets. Der blev lavet radiospot og endda en "National ZIP Code Week", med forskellige aktivite-

Fig. 15-18.

ter, alt sammen for at få posten hurtigere og nemmere igennem.

Mr.ZIP har aldrig selv været på frimærke, men var at finde i margen på frimærkearkene. Første gang var på 5c Sam Huston, og indtil 1980'erne dukkede han op i forskellige udgaver. I 2012 kunne man trække et postmærke med Mr. ZIP på, fra postvæsnets automater. (fig. 5-9)

I en rapport fra generaldirektøren i 1969, skrev han, at hele landet havde implanteret ZIP Code planen og at man havde indkøbt nye sorteringsmaskiner. Man nedtonede brugen af Mr.ZIP og han forsvandt gradvis fra arkranden. Tilbage var "Use correct zip code" (fig. 10-12) og i 1983 var det slut med det også. Da indførte man ZIP+4 nummersystemet, som er det system man bruger i dag. (Fig. 13-14)

Til slut kan det nævnes at der findes en klub for samlere af Mr.ZIP: "The Zippy Collectors Club" som blev dannet i 1972.

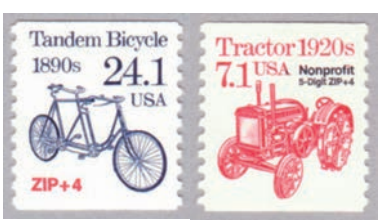

Fig. 13-14.

Fig. 19-20.

Fig. 22.

Mail Early

MAIL EARLY, eller MAIL EARLY IN THE DAY var at finde i arkranden fra 29/1 1966 og til udgangen af 1977. Fig. 15, 16, 17 og 18. © Copyright symbolet, sammen med UNITED STATES POSTAL SERVICE + årstal er at finde i arkranden fra 1978 og er der stadig. Fig. 19, 20. Desværre, kan man sige, er disse oplysninger ikke længere er vedhæftet frimærket, efter man er gået over til selvklæbende mærker. Så hvis ikke den del af hæftet eller arket, ikke er påklæbet et breve, ses de ikke mere.

Pladenumre

Plate number blocks refererer til frimærker med en arkrand, hvor trykpladens serienumre er på, typisk en fireblok, eller som her en seksblok (fig. 22) Hvordan disse ser ud er afhængig af hvilket trykkeri der har trykt mærkerne.

I 1894 overtog US Bureau of Engraving and Printing (BEP) trykningen af de amerikanske frimærker, men før da, var det private firmaer, der vandt opgaven ved offentlig licitation. De første frimærker, 5c Franklin og 10c Washington blev trykt af Rowdon, Wright, Hatch & Ed-

De samler ikke kun frimærker, men også kopper, madkasser, tegneserier, reklamer, badges, julekort, legetøj, osv.

Fig. 23.

Fig. 24.

Fig. 25.

Fig. 26.

Fig. 27.

Fig. 28.

son mellem 1847 og 1851 og de brugte ikke pladenumre. Toppan, Carpenter, Casilar & Co der overtog trykningen fra 1851 til 1861, betegnede deres 1. trykplade "1", deres 2. med "2" osv for hver frimærkeværdi (fig. 23).

National Bank Note Co (1861 til 1872) gav arkene fortløbende pladenumre, uanset værdi, men begyndte forfra med de tofarvede frimærker fra 1869. I 1883, da American Bank Note Co. havde trykningen, gav de hver farve et bogstav før pladenummeret. Fra 1901 (Pan American Exposition Issue) tildelte BEP et nummer for hver farve, et for rammen og et for vignetten (fig. 24).

BEP's 111 årig historie med at trykke de amerikanske frimærke endte i 2005, da man gik over til offentlig licitation igen (fig. 25).

Fig. 29.

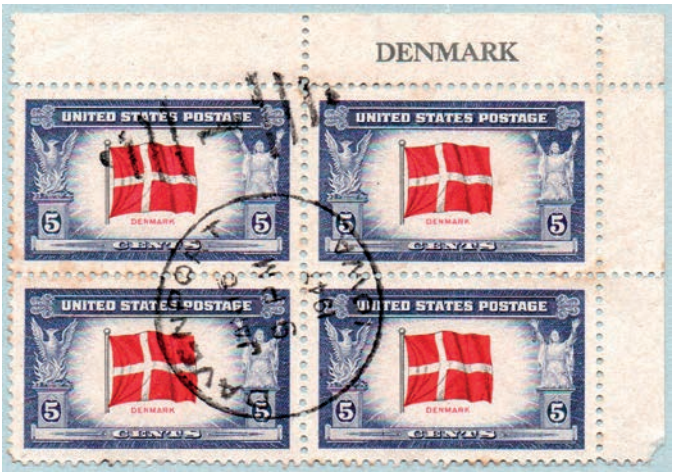

Fig. 30.

Fig. 31.

Indtil 1967 var alle mærker trykt "inhouse" men derefter er der trykt frimærker af andre trykkerier, det første i 1967, som blev trykt af Photogravure and Color Co. Her ses også et nummer for hver farve (fig. 26).

Efter 1980 indførte man igen bogstaver før plade nummeret, men denne gang for at kunne identificere trykkeriet, feks. A = American Bank Note Co (fig. 27), V = Avery Dennison (fig. 28) og S = Stamp Ventures (fig. 29). En undtagelse fra plate numbers, er serien "Overrun Countries" fra 1943, der ærer man de 13 besatte lande under 2. verdenskrig, deriblandt Danmark. Disse frimærker havde landenavnet som "pladenummer" (fig. 30).

Trykkemetoden af den første Washington-Franklin serie fra 1908-1909, fordrede at papiret er let fugtigt under trykningen, og først efter tørring blev arkene kørt i gennem perforeringsmaskinen. Ved tørring af papiret opstod imidlertid en uens krympning, som så gav problemer med at få en nøjagtig takning. Man prøvede flere forskellige metoder for at undgå den uens krympning. Dette kan også aflæses i arkranden: En 5 takket stjerne (fig. 22) viser at ark i størrelsen 20x20 mærker, er fremstillet således, at de yderste 7 rækker fra hver side, blev trykt med 3 mm afstand mærkerne, mod normalt 2 mm. Er der et "A", er der 2¾ mm mellem mærkerne. „A" og stjerne

Fig. 32.

Fig. 33.

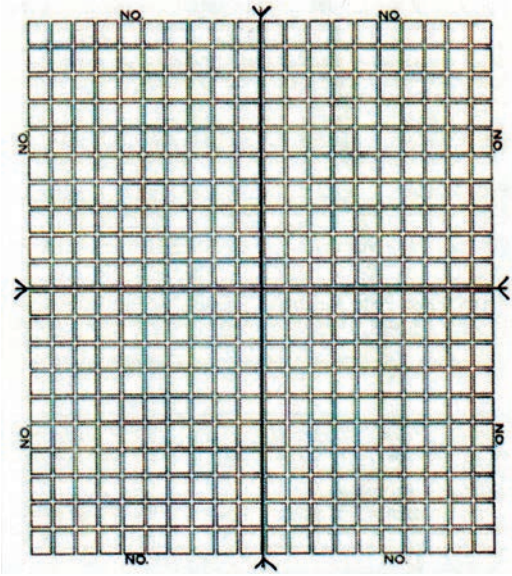

Fig. 34.

Fig. 35.

Fig. 36-37.

findes også i 2. serie (1910-1911), men her er man gået fra dobbelt linje vandmærke til enkelt linje vandmærke. De 2¾ mm blev standard, og man fjernede „A“ fra pladen.

I 1919 ændrede man rammestørrelsen på de frimærker der skulle bruges til rullemærker (coils). Derved stod trykket skarpere. Disse ark er påtrykt „S20“ og „S30“ (fig. 32) og blev skåret væk ved fremstillingen af coils, men en del af arkene er udsendt og brugt som normale frimærkeark, så derfor findes de. Jeg har dog ikke selv, hverken „A“ eller „S“ blokke. De er temmelig dyre, som også ses i Scott og Michels kataloger. Margin arrow guidelines (fig. 33) hjælper på placeringen af arkene, nå de skulle perforeres og deles i mindre ark. Her vist et 400 stk. ark der skal deles i 4 x 100 stk. (fig. 34). Flere eksempler fig. 35, 36, 37.

Platefinisher

Siderographers initialer er at finde på frimærkearkene fra 1906 til 1928, og platefinishers initialer fra 1909 ti 1928. Så vidt jeg kan forstå, er siderographer teknikkere der montere den plade der skal der skal bruges til at lave klicheen som skal bruges til det endelige tryk af frimærkerne, mens platefinisherne renser pladerne og retter de fejl der er opstået under denne montering, så de er fejlfri og klar til brug.

Fig. 39.

Fig. 38.

Fig. 40.

Fig. 43.

Fig. 45.

Fig. 41.

Fig. 42.

Fig. 44.

Fig. 46-47.

Herunder: Fig. 48.

Fig. 49.

Man kender alle navne på disse teknikkere. Jeg har kun to i min samling: Albert E Fisher (fig. 38) og Ralph F Würtz (fig. 39).

På fig. 40 ses en hel række initialer. Det skyldes at pladen skulle klargøres før hvert tryk. Det er for øvrigt også en "star plate" som er omtalt før.

I arkranden kan finde et "F" (fig. 41, 42) der betyder at trykkepladen er hærdet og godkendt til brug (kun pladetryk), et "EL" der betyder at der er brugt elektrolytisk jern, og et "CS" (fig. 43) eller "C" der betyder at der er brugt forkromet trykplader.

I 1933 begyndte man at eksperimentere med "Electric Eye Markings"som er streger trykt i arkranden. Disse streger skulle aflæses af fotoceller, således at arkene blev korrekt centreret under perforeringen. Fra 1939 havde alle ark "Electric eyes" eller "Electric Eye Dashes" (fig. 44, 45) som er en videre udvikling af systemet. Sidstnævnte er trykt i gutteret i de store 400 stk ark. Der er altid 2 dashes pr. frimærke.

I 1950 fik BEP en ny eksperimentel rotationspresse, som kunne trykke frimærke på papir med kun 5% fugt, mod normalt 18%. Derved fik man i en periode to forskellige tryk, et "wet print" og et "dry print". Dette kan også aflæses i arkranden. "Electric eye" på "wet print" er altid placeret ud for den øverste ramme af frimærket, mens "dry print" er placeret ca. midt for frimærket (fig. 46, 47).

Fig. 50.

Fig. 51-54.

Fig. 55.

”Plateposition Diagram” er et ”gitter” der ses i arkranden fra 1992. Før blev næsten alle mærker trykt i ark med 400 stk. (definitives) og 200 stk. (commoratives). Der var pladenumre i hvert hjørne af arket og når det blev delt i fire til brug på posthusene, var det nemt at lokalisere placeringen i arket.

Dette system ændrede sig da postvæsnet begyndte at udgive frimærker i smallere ark og der blev trykt frimærker hos private trykkerier. Fig. 48 viser et ark trykt hos Ashton-Potter i ark af 120 stk, som derefter deles i 6 ark a 20 stk. Med brugen af selvklæbende mærker, er det næsten umuligt at finde disse ”gitre”, og andre oplysninger fra arkranden. Man tager de frimærker man skal bruge og resten smides ud. Fig 49 viser en del af et ark selvklæbende luftpostmærker, hvor det ses at arkranden ikke er en del af frimærket.

Til slut, andre eksempler på diverse oplysninger i arkranden. (fig. 50-55).

Denne ”tur” rundt i arkranden har været en fornøjelse at skrive om, og jeg håber artiklen har fået læserene til at kikke ud til siderne, ved siden af frimærket. Der er, syntes jeg, en god historie at fortælle.

Vejle Frimærker aps – Auktion

Nu som netauktion

www.vejlefrim.dk

Ønsker du at sælge dine frimærker/mønter på
AUKTION eller **KONTANT**
kontakt os på tlf. 75 82 47 38

Skriftlig auktion to gange årligt

Bjerrevænget 31, Box 43, Brejning, 7080 Børkop
Se også www.lenifrim.dk
Email: niels@lenifrim.dk