

Neue  
Sondermarken  
der Ueriker  
Grafikerin  
Bernadette Baltis



wle. Ab Dienstag finden Philatelisten und Briefeschreiber am Postschalter die neue Sondermarken-Serie zum Thema «Sehenswürdigkeiten der Schweiz»: Die drei 85-Rappen-Marken zeigen das Bergpanorama von Eiger, Mönch und Jungfrau. Gestaltet wurde der Dreierstreifen von der Ueriker Grafikerin Bernadette Baltis. Die Abteilung Briefmarken und Philatelie der Schweizerischen Post hatte im vergangenen Jahr entschieden, eine neue Themenserie in Angriff zu nehmen, und sie schrieb hierfür einen Wettbewerb unter Grafikern aus. Da sich die Künstlerin und Designerin Bernadette Baltis schon bei der Gestaltung mehrerer Sonder- und Pro-Juventute-Marken als gute Naturbeobachterin erwiesen hatte, wurde sie neben zwei Kollegen zur Teilnahme eingeladen. In der Endauswahl siegte schliesslich ihr Sujet. Es zeigt die Aussicht auf das Dreigestirn der Berner Alpen vor einem vom Föhn blank geputzten Himmel, betrachtet aus der Perspektive des Aussichtspunktes Chnubel bei Burgdorf mit Emmentaler Matten und Wäldern.

Bernadette Baltis rekonoszierte vor Ort, führte Gespräche mit Fachleuten, informierte sich mit Hilfe von Fachbüchern und des Internets und beschaffte schliesslich die Bilder, wobei der Panorama-Spezialist Willi Burkhardt wertvolle Tipps gab. Dann gestaltete die Grafikerin den eigentlichen Entwurf mit Proportionen, Aufteilung der Marken und der Beschriftung. Sie könne nicht einfach die Aufnahme aus einer Digitalkamera nehmen und bearbeiten, sagt Bernadette Baltis. Sie beobachte, prüfe und vergleiche, skizziere erste Gedanken und taste sich durch eine Vielfalt an Eindrücken vorwärts. Phantasie allein genüge nicht; visuelle Logik gehöre ebenso dazu.

Auf den Entwurf folgte die Originalvorlage: eine Collage, eine «Symbiose» von Zeichnungen und Farbpapieren, bearbeitet mit unzähligen Farbstiften, fotografischen Strukturen, Pinsel und Schere. Hier könne sie ihre Vorteile als Gestalterin einbringen, sagt Bernadette Baltis. Mit dem Farbstift verleihe sie dem Bild ihre persönliche Handschrift, zumal ihr die Post viel gestalterische Freiheit lasse. Das Ziel sei ein Produkt mit einer optimalen Bildqualität. «Bild, Text und Markenwert müssen harmonisch wirken. Das Markenbild muss eine Seele haben.»

Wer sich als Betrachter in das Panorama in seiner Gesamtheit und in die drei ungleich grossen Marken vertieft, erkennt die Farbnuancen, die Schattenwürfe, die Strukturen der Felsblöcke, die dreidimensionale Tiefe dieser Landschaft. Das Produkt kommt als Kleinbogen mit fünf Dreierstreifen an den Schalter.

Die 54-jährige, an der Kunstgewerbeschule Zürich ausgebildete Grafikerin Bernadette Baltis hatte vor dem Bergpanorama von Eiger, Mönch und Jungfrau schon 38 Schweizer Briefmarken und 2 Blocks entworfen und realisiert. Der Einstieg erfolgte im Jahr 1988 mit dem Wertzeichen «100 Jahre Gemeinnütziger Frauenverein». Beachtung fanden die Pro-Juventute-Sätze von 1992 (Bäume des Waldes) und 1993 (Pflanzen des Waldes), die Pro-Patria-Kulturgüter (1997), die zahlreichen Weihnachtsmarken mit und ohne Christbaumschmuck und dazwischen der Basler-Taube-Block 1995 als Prachtsstück. – Die Post beabsichtigt, die Serie «Sehenswürdigkeiten der Schweiz» weiterzuführen.

Artikel NZZ Online: <http://www.nzz.ch/2006/05/08/zh/articleE3F98.html>