

«Meine Briefmarken sind meine Kinder»



Bernadette Baltis arbeitete rund drei Monate, bis sie die Churfirsten mit Grafitstiften (Wandbild) und darauf mit Farbstiften zur detailgetreuen Vorlage für die vierteilige Sonderbriefmarke übertrug.

Sabine Rock

WOCHENGESPRÄCH Briefmarken sind Kunstwerke auf ein winziges Format reduziert. Das braucht eine Gabe zur Beobachtung, Ideen, Fantasie, Genauigkeit, Disziplin, Durchhaltevermögen und eine ruhige Hand. All das besitzt die Urikerin Bernadette Baltis. Jetzt erscheinen ihre neuesten Marken in vier Teilen: eine bekannte Gebirgskette.

Elf Jahre nach «Eiger-Mönch-Jungfrau» bringt die Schweizerische Post mit «Churfirsten» wieder ein Briefmarken-Bergpanorama von Ihnen: Zufall? Bernadette Baltis: Nein, es war sogar eine Vorgabe: Die sieben Churfirstengipfel auf eine vierteilige Marke zu bringen und dazu auch eine optische Verwandtschaft mit der «Eiger-Mönch-Jungfrau»-Marke herzustellen.

Wie kommt man zu einem Auftrag für eine Briefmarke? Die Schweizerische Post lädt zum Wettbewerb ein. Ich liefere ein Original ab, siebenfach so gross wie das Wertzeichen. Einer der fünf bis sieben Teilnehmer macht das Rennen und die Marke wird ausgeführt. Natürlich muss man ein ausgewiesener Fachmann sein, um zum Wettbewerb eingeladen zu werden. Heute vergibt die Post auch Direktaufträge.

Und wie kamen Sie zu diesem Renommee? Meine erste Marke gestaltete ich 1988 für den Gemeinnützigen Frauenverein der Schweiz. Der Verein war offenbar dankbar, weil ich die Organisation zuvor mit einem neuen Corporate Design unterstützt hatte. Von da an kamen die Anfragen von der Post

regelmässig. Seit 1988 durfte ich schon 52 Marken gestalten mit den unterschiedlichsten Motiven: Schmetterlinge, Käfer, Biene, Pflanzen, Brücken, Kirchen, Christbaumschmuck, Landschaften und Berge.

Sind Sie eine Philatelistin? Nein, ich habe nie Briefmarken gesammelt.

Wenn die Post – wie mit den «Churfirsten» – einen Auftrag erteilt: Wie gehen Sie ans Werk? Die gewünschte Verwandtschaft zu «Eiger-Mönch-Jungfrau» hat die Arbeit erleichtert, weil ich vom gleichen Bildaufbau ausgehen konnte und somit auch die Typografie übernahm. Diese ist ein wesentlicher Gestaltungsfaktor. Schrift und Motiv müssen aufeinander abgestimmt und die Typografie muss begründet sein. Der Betrachter spürt, wenn Schrift und Bild eine Einheit sind. Nichts darf zufällig gewählt sein.

Sind haben einen Teil Ihrer frühen Kindheit in Walenstadt verbracht: Dann war dieser Auftrag für Sie doch ein Leichtes? Für mich sind die Churfirsten ein Teil meiner Heimat, in diesen Bergen bin ich verwurzelt. Und trotzdem war das kein leichter Auftrag. Ich brauchte ungefähr drei Monate für das ganze Pro-

jekt. Ich bin x-mal zu den Churfirsten gefahren, unternahm Wanderungen und machte Fotos von verschiedenen Standorten aus. Ich entschied mich für die Flumserberge als Ausgangspunkt. Auch die Tageszeit ist relevant. Deshalb bin ich viele Male am Morgen, andere Male am späten Nachmittag hingefahren. Ich wollte unbedingt die typische horizontale Gesteinsschichtung der Churfirsten herausholen. Darum wählte ich den Sonnenstand, der das optimal zum Ausdruck bringt. Und das ist für mein Projekt das Streiflicht des späteren Nachmittags. Mein Fotomaterial und auch Aufnahmen eines Profis waren meine Gestaltungsvorlagen fürs Arbeiten zu Hause.

Wie arbeiten Sie im Atelier? Ich arbeite noch wie ein Dinosaurier: Meine Ideen und Skizzen zeichne ich von Hand – mit Farbstiften, Schere, Pinsel und Klebstift. Für mich ist die Erstellung des Originals in manueller Bearbeitung mit Farbstiften die optimale Umsetzung. So kann ich unwichtige Details weglassen, das Wesentliche aber hervorheben. Denn eine Briefmarke ist winzig, die Churfirsten sind riesig. Jedes Licht, jeden Schatten, jede Gebirgskette habe ich so überarbeitet, dass man die einmalige Struktur der Churfirsten auch in der starken Verkleinerung erkennt. Mit dieser Technik erhalte ich Klarheit und Brillanz in der Markenbildgrösse.

Sind Sie eine Suchende? Ja, so lange, bis ich für eine mir gestellte Aufgabe die optimale Lösung gefunden habe. Ich bleibe so lange dran, bis sich die Gewissheit abzeichnet: Jetzt habe ich es! In der Ausführung bin ich schon eine Perfektionistin.

Welche Eigenschaften sind zur Gestaltung einer Marke nötig? Ich muss termingerecht abliefern. Das braucht Disziplin und Durchhaltevermögen, weil ich von A bis Z die Qualität konsequent hochhalte. Ich darf daher nicht nach der Hälfte anders arbeiten als zu Beginn. An einer Originalzeichnung wie für die Churfirsten arbeite ich etwa vier Wochen – von morgens bis abends. Wenn es sein muss, setze ich einen Tag aus. Oder ich gehe ein paar Stunden raus in die Natur. Ich brauche die innere Ruhe, um mit ständig gleichem Engagement arbeiten zu können. Nur so bleibt das Niveau konstant.

Sehen Sie Ihre Briefmarken als kleine Kunstwerke?

Ich bezeichne sie als Kulturgut, das ich gestalten darf. Wenn ich als Künstlerin ein Bild male, dann nur für mich. Dann bin ich niemandem Rechenschaft schuldig. Für die Post habe ich aber eine klare Zielsetzung: Es ist die Verpflichtung, ein Resultat zu finden, das für alle Benutzer verständlich ist. Briefmarken sind als Träger für ein Bild winzig klein. Und es müssen «Helvetia» und der Taxwert sehr gut lesbar integriert werden, häufig auch noch Zusatztext. Das geht nur, wenn man das Thema mit seriöser Recherche vollumfänglich kennen lernt. Dazu gehört auch, das Gespräch mit Fachleuten. Ich muss ja die Aufgabenstellung begreifen. Nur so lernt man, was die Kernaussage des Themas ist. Dann ist es die Kunst, diese Aussage so zu reduzieren, dass man beim Wesentlichen ankommt. Alles weglassen, was es nicht braucht. Darum arbeite ich gerne mit analogen Materialien und Mitteln, mit denen ich vertraut bin. Mit ihnen komme ich am besten zum Ziel. Bei der Digitalisierung werde ich von einem hervorragenden Fachmann unterstützt.

Was empfinden Sie, wenn Sie Post mit einer Ihrer Marken erhalten?

Dann freue ich mich. Die vielen Briefmarken, die ich machen konnte, sind fast wie meine Kinder. Da kommen auch Erinnerungen hoch. Ich durchlebe viele Gefühlsstufen, bis eine Briefmarke druckfertig ist: Arbeiten, Verwerfen, Neues probieren – es ist eine intensive Entwicklung. Wenn ich merke, dass es gut wird, dann beflügelt es mich. Aber es gibt auch schlaflose Nächte. Briefmarken sind ja Wertzeichen, sie werden in alle Himmelsrichtungen ver-

schickt. Und sie werden weltweit gesammelt. Marken sind also beständige Werke. Darum fühle ich mich verpflichtet, immer eine möglichst perfekte Arbeit abzuliefern.

«Ich bleibe so lange dran, bis sich die Gewissheit abzeichnet: Jetzt habe ich es!»

Bedauern Sie, dass die Briefpost an Bedeutung verliert und jeder heute sein Porto zu Hause am Computer entwerfen kann?

Das ist die fortschreitende Entwicklung, die wir nicht aufhalten sollen. Es gibt heute aber auch eine Kehrtwende. Wenn man in seiner Post ein Couvert entdeckt, das handgeschrieben adressiert und mit einer schönen Briefmarke frankiert ist, dann fällt es auf. Solche Post hat Seltenheitswert. Und sie schafft Nähe. Ein handgeschriebener Brief ist für mich Ausdruck von Wertschätzung. **In Ihrem Wohnort Ürikon wird bald die Poststelle geschlossen: Löst das einen emotionalen Konflikt aus, weil Sie zwar von der Post als Auftraggeber profitieren, aber einen Service public vor der Haustüre verlieren?**

Ja, das bedaure ich. Vor allem auch, weil es mit dem Verlust an sozialen Kontakten im Dorf zu tun hat. Ich denke auch an die älteren Menschen, für die das tägliche Leben ohne Post im Dorf ein Stück schwerer wird.

Interview: Christian Dietz-Saluz

ZUR PERSON

Bernadette Baltis (*1951) erhielt in der Kunstgewerbeschule Zürich (heute Zürcher Hochschule der Künste) ihre Ausbildung. Als Grafikerin arbeitete sie in der Werbeagentur ihres späteren Ehemanns Max Baltis. Sie haben zwei erwachsene Kinder und leben in Ürikon. Als Hobbys bezeichnet Bernadette Baltis «alles, was Flora und Fauna betrifft». Ihr Entwurf «Eiger-Mönch-Jungfrau» wurde 2007 zur schönsten Briefmarke Europas gewählt. Das Bienenmotiv (2011) war die erste sechseckige Marke der Schweiz. Für die Seidendessins von Fabric Frontline zeichnete sie über 40 Motive. Die Crews der Swissair flogen mit ihren Krawatten und Seidenschals rund um die Welt. *di*

Die Sonderbriefmarken «Bergpanorama Churfirsten» sind ab 11. Mai an allen Poststellen erhältlich (solange Vorrat) und ab sofort bestellbar auf www.postshop.ch.