



Im Gartenhaus aus Walsers «Der Gehülfe»: Bernadette Baltis. Foto: Doris Fanconi

Das Montagsporträt Bernadette Baltis, Grafikerin

Die Kunst des Weglassens

Die Briefmarken-Grafikerin Bernadette Baltis verdichtet die Welt auf 7 cm². Im Kleinstformat bringt sie es damit zu Grösse.

Von Richard Diethelm, Urerikon

Als die Post und Pro Patria Bernadette Baltis den Auftrag erteilten, fuhr sie mehrmals in den Garten der Villa Abendstern am gegenüberliegenden Ufer des Zürichsees. Sie wollte das Gartenhaus der Villa, das sie als Sondermarke gestalten würde, zu verschiedenen Tageszeiten betrachten und fotografieren. Wie beleuchtet die Sonne am Abend die Holzkonstruktion? Wie am Morgen? Welches Licht umhüllt den Pavillon bei bedecktem Himmel? «Ich muss der Sache auf den Grund gehen, bevor ich erste Entwürfe zeichne», sagt die Grafikerin in ihrer lichtdurchfluteten Atelierwohnung in Urerikon.

Optische Eindrücke allein genügen Baltis allerdings nicht. So las sie den Roman «Der Gehülfe» von Robert Walser gleich zweimal. Denn Walser siedelte die Geschichte der Familie des erfolglosen Erfinders Tobler, der in den wirtschaftlichen Ruin treibt, in der Villa Abendstern an. Der Autor des 1908 erschienenen Romans hatte als Angestellter des Maschinentechnikers Carl Dubler selbst vier Monate in dem herrschaftlichen Haus gelebt und mit der Unternehmergattin Gespräche beim Tee im Gartenhaus geführt. «Die Lektüre des Buches gab mir eine Vertrautheit mit dem Objekt», sagt Baltis.

Schönste Briefmarke Europas

Die 60-jährige Grafikerin gestaltet seit 1988 Briefmarken für die Schweizer Post. Bis heute stammen 48 Briefmarken aus ihrem Atelier. Ihr dreiteiliges Bergpanorama Eiger-Mönch-Jungfrau wurde 2008 zur schönsten Briefmarke Europas gekürt. Während der Renovation des Bundeshauses hing das Panorama als Riesenposter am Baugerüst. Die Post lädt regelmässig Gestalter zu einem Wettbewerb für neue Briefmarken ein. «Ich hatte das Glück, fast alle Wettbewerbe, an denen ich teilnahm, zu gewinnen», sagt Baltis. Sie schreibt den anhaltenden Erfolg ihrer Arbeitsweise zu.

Die Juroren, denen die Wettbewerbsarbeiten jeweils anonymisiert unterbreitet werden, erkennen die Eingabe Baltis' an ihrer «Handschrift». Ihre Vertiefung des Themas schlägt sich zum Beispiel in der visuellen Logik nieder. So platzierte Baltis an den Marken «Alte Rheinbrücke», welche die Deutsche Post und die Schweizer Post im Jahr 2008 gemeinsam herausgaben, den Schriftbalken «Helvetia» beziehungsweise «Deutschland» am geografisch richtigen Ufer.



Das Gartenhaus.

Wer Briefmarken gestaltet, muss die Kunst des Weglassens beherrschen. Das Normalformat ist bloss 7 Quadratzentimeter klein. Darauf muss neben der Illustration noch die Typografie Platz haben. Im Fall der Pro-Patria-Serie «Kleinbauten», die auch das Gartenhaus in Wädenswil zeigt, sind es die Schriftzüge «Helvetia» und «Pro Patria 2012», der Taxwert in Rappen, der Name und der Ort des Objektes und in winziger Schrift die Signatur von Bernadette Baltis.

«Nur das Wichtigste darf auf die Marke. Nebensächlichkeiten haben keinen Platz», sagt die Grafikerin. Aber was ist wichtig, was nebensächlich? Baltis legt zum Vergleich ein grossformatiges Foto des Gartenhauses neben das in siebenfacher Vergrösserung angefertigte Original für die digitale Druckvorlage der Wertzeichen. Auf der Briefmarke sticht einem das Gartenhaus mit seiner filigranen Holzkonstruktion sofort ins Auge. Die Gestalterin liess alle Elemente im Garten weg, die den Betrachter ablenken könnten. Im Vordergrund des Gartenhauses fehlen ein dicker Baumstamm und die Teppichstange, im Hintergrund ein Holzschopf.

«Dann wachsen mir Flügel»

In den drei Monaten, die für die Gestaltung einer neuen Marke zur Verfügung stehen, erlebt Baltis jedes Mal einen Moment der Befreiung: «In der Phase, in der ich Dutzende Entwürfe zeichne, spüre ich plötzlich, mit welchem grafischen Konzept ich die Kernaussage am besten auf das kleine Format bringe. Dann wachsen mir Flügel.» Diese Flügel müssen die Grafikerin mindestens drei Wochen tragen. Denn so viel Zeit benötigt sie, um die Originalzeichnung anzufertigen.

Ende der 1960er-Jahre hatte die Stadtzürcherin an der Kunstgewerbeschule ihr Auge geschult und alle Techniken erlernt, die es damals - vor dem Zeitalter der Computerisierung und Digitalisierung - gab. Die meisten ihrer 48 Briefmarken zeichnete sie im Original mit Farbstiften. Formal und farblich bis ins letzte Detail so genau, dass es den Anschein macht, die Honigbiene kraxle auf der wabenförmigen Sondermarke tatsächlich durch die Staubblätter des Windröschens. Die Post hatte 2011 Baltis beauftragt, die erste sechseckige Briefmarke der Schweiz zu gestalten.

Bernadette Baltis, die mit ihrem Ehemann Max eine Werbeagentur führt, steckt so viel Recherche, Energie und Aufwand in jede neue Marke, dass sie von diesen pauschal vergüteten Aufträgen allein nicht leben könnte. Aber sie macht diese Arbeit «ausgesprochen gern».

Das Kleinstformat fordert sie heraus. An Briefmarken schätzt sie, dass diese Wertzeichen unbeschränkt gültig sind. Ein Prospekt landet dagegen irgendwann im Altpapier. «Als kleine sympathische Botschafterin der Schweiz reist eine Marke unter Umständen um die ganze Welt», sagt sie.