

Marken-Zeichen

Briefmarken sind Kunstwerke im kleinen Format. Keiner weiß das wohl besser als Hans Günter Schmitz. Stammen doch zahlreiche Motive der Deutschen Bundespost von ihm, die in mehrfacher Hinsicht aus dem gezahnten Rahmen fallen.

Das Postwertzeichen, vulgo Briefmarke, ist seit den frühen Tagen des Mediums ein beliebtes Sammelobjekt für Jung und Alt. Fanatische Jäger der seltenen Wertpapiere im kleinen Format haben selbst vor Morden nicht zurückgeschreckt. Heute sind zwar Verbreitung und Sammelleidenschaft zurückgegangen, dafür erfreuen einzelne Motive durchaus auch das Auge von Nicht-Philatelisten und besänftigen vielleicht gelegentlich den Ärger über stetig steigende Portokosten. Zu verdanken ist dieser positive Effekt zu einem erheblichen Teil Hans Günter Schmitz, in dessen Atelier seit 1983 zahlreiche dieser künstlerischen Ephemera für den Postverkehr entstanden sind. Denn längst vorbei sind die Zeiten, als Marken entweder Herrscherköpfe (Königin Victoria auf den ersten Briefmarken) oder nüchterne Zahlen (der bayerische »Schwarze Einser«) trugen. Von Kafka bis Loriot: Die – nicht nur literarische – Bandbreite seiner bildgewordenen Themen signalisiert schon der Untertitel einer liebevoll gestalteten Monografie zum Postwertzeichendesign von Hans Günter Schmitz. Begleitet von einem ausführlichen Essay seines Kollegen Bernhard Uske an der Essener Folkwang Universität, werden über 40 Motive vorgestellt, die die Herausforderung und außergewöhnliche Lösung der Bildsprache dieser kleinen »Visual-Universen« illustrieren. Von besonderem Reiz sind dabei die Entwürfe und Kommentare des Künstlers, die zeigen, welche Anforderung diese Plakate im Miniaturformat stellen, wenn es um mehr als bloße Wertangabe oder Darstellung des ohnehin Selbstverständlichen geht. Gerade hier zeigt sich die feine Meisterschaft. Etwa wenn für Kafkas Geburtstag die markante Signatur mit einer traumhaft/traumatischen Prag-Ansicht kombiniert wird oder der Bau des Jüdischen Museums in Berlin zum leuchtenden Signal wird. Schwierige Topoi scheinen eine Schmitz'sche Leidenschaft: so wie die Serie zur Gesundheit, die Bilder zur Funkausstellung oder zum Filmfest in Berlin, die optische Spannung aufbauen. Oder wenn zum Tag der Deutschen Einheit der getippte Text ausgerechnet in der Mitte geteilt wird und sich über mehrere Marken verteilt. Manches Motiv sprengt aber ganz wörtlich den strengen Rahmen des behördlichen Rechtecks: Man mag es vielleicht noch als – sehr themengerechte! – Spielerei abtun, wenn die zusätzliche Perforation der Marke zum 100. Geburtstag des DFB ermöglicht, ein fußballrundes Wertzeichen aufzukleben. Doch spätestens mit dem Zehner-Block zur Documenta 11 wird das gewohnte Markenbild in Frage gestellt – und sorgt für mehr als einen bloßen Stutz-Effekt. Damit sollten auch einmal wieder das kleine, leise Medium Postwertzeichen und seine Gestaltung die verdiente Aufmerksamkeit beim Betrachter gewinnen. Immerhin kommen allein die gezahnten Miniaturen von Hans Günter Schmitz auf die beachtliche Auflage von rund 900 Millionen. *Herbert Lechner*

Postage stamps are mini artworks – a lavishly produced new book turns the spotlight on motifs »from Kafka to Loriot«, revealing a treasure trove of design delights. www.niggli.ch



Postwertzeichendesign - Von Kafka bis Loriot
Hans Günter Schmitz

Mit einem Essay über die Kunst der Gestaltung von Bernhard Uske
Niggli Verlag, www.niggli.ch
160 Seiten, zahlreiche Abbildungen
Texte deutsch/englisch
ISBN 978-3-7212-0954-9
39,90 €