Der Meister mit der Kaltnadel

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Pestalozzi-Kalender**

Band (Jahr): **56 (1963)**

Heft [1]: **Schülerinnen ; 50 Jahre für die Jugend**

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Nutzungsbedingungen

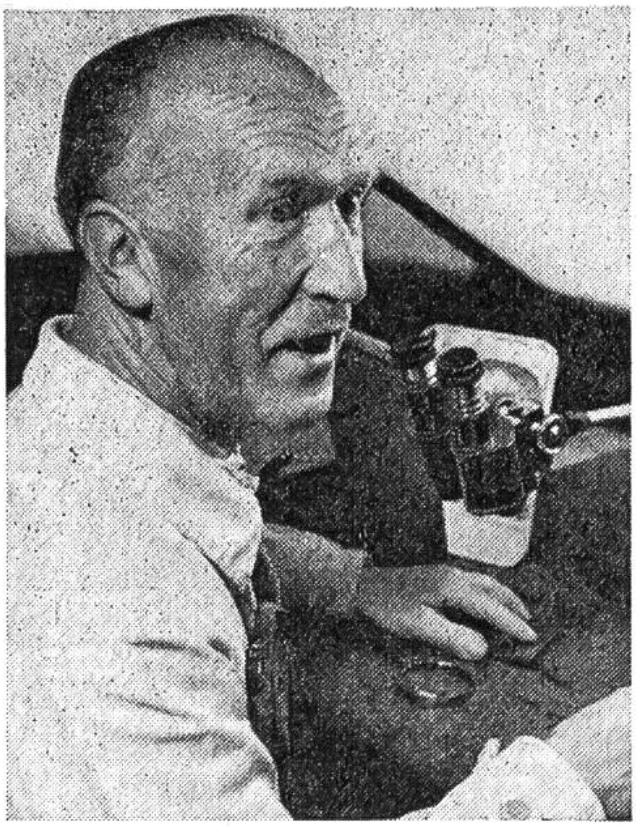
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Karl Bickel an seinem Arbeitstisch.

DER MEISTER MIT DER KALTNADEL

Ihr kennt sie alle, die prachtvollen Pro Juventute-Marken, die einen markanten Kopf zeigen. Sie stellen Dichter, Denker, Generäle, Wissenschafter und Erfinder dar. Da finden wir etwa General Wille neben dem Erfinder Niklaus Riggenbach, Johanna Spyri neben Niklaus von der Flüe. Alles Schweizer und Schweizerinnen, die sich um unser Land verdient gemacht haben. Der Schöpfer dieser Marken ist der heute 76 Jahre alte Maler und Grafiker *Karl Bickel.* Im Jahre 1923 schuf er seine erste Marke, eine Fliegermarke. Und seit 1927, also seit 35 Jahren, hat er uns, in seinem schön gelegenen Haus auf dem Walenstadtberg arbeitend, Jahr um Jahr die Pro Juventute-«Köpfe» geschenkt.

Wie entsteht eine solche Marke? Von einer Originalzeichnung kopiert der Meister den Kopf in der Originalgrösse der Marke auf eine kleine Stahlplatte. Durch ein Vergrösserungsglas blickend, sticht er mit der Kaltnadel Linie um Linie in den Stahl. Eine Arbeit, die ungeheure Genauigkeit, handwerkliches Können und künstlerisches Gefühl verlangt. Denn der Stahl hält jede Linie klar und unerbittlich fest.

Neben den Pro Juventute-Marken hat Karl Bickel auch noch weitere PTT-Marken gestochen und durch sein Können die Schweizer-Marken zu kleinen Kunstwerken von Weltruhm erhoben. Er mag wohl über 60 Marken geschaffen haben. «Jede Marke ist mir eine Botschafterin des Schönen, ein Verbindungsband zwischen den Menschen», sagt der Künstler. Sie ist, als Pro Juventute-Marke, dem Schweizerkind auch eine treue Helferin. W.K.