

Was geschieht nun mit den neuen Postmarken? = Que va-t-il advenir des nouveaux timbres-poste?

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Kunst = Art suisse = Arte svizzera = Swiss art**

Band (Jahr): - (1932-1933)

Heft 9

PDF erstellt am: **10.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-624954>

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.

Die vom Bund gekauften Werke sind :

Plastik : von Franz Fischer, Karl Geiser, Paolo Röthlisberger.

Malerei : von P. B. Barth, A. Blanchet, † W. Buchmann, Helen Dahm, H. Danioth, O. Früh, † A. Hermanjat, K. Hügin, A. Hugonnet, R. Kündig, E. Maccagni, Eug. Martin, E. Morgenthaler, Fr. Pauli, Maurice Robert, J. von Tscharner.

Zeichnung u. Graphik : von R. Hainard, H. Huber, Eug. Zeller.

Wandmalerei : von Paul Bodmer.

Im Vergleich zu der XIV. Ausstellung sind diese Zahlen sehr befriedigend, denn damals wurde von Privaten für Fr. 6785.— gekauft. Zur Zeit war in der *Schweizer Kunst* zu lesen :

« Wenn die privaten Ankäufe bloss den verhältnismässig geringen Betrag von Fr. 6785.— erreichten, so ist der Grund wohl in der allgemeinen Wirtschaftslage, dann aber vielleicht auch in der in diese Zeit fallende Auktion der Sammlung Kissling zu suchen. »

Da diese Wirtschaftslage gegenwärtig bestimmt schlimmer ist als damals, ist es um so erfreulicher, dass jetzt auch von Privaten mehr gekauft wurde.

A. D.

Was geschieht nun mit den neuen Postmarken ?

Diese Frage wird die grosse Zahl unserer Graphiker beschäftigen, die an dem allgemeinen Wettbewerb der Eidgenössischen Postverwaltung vom letzten Sommer teilgenommen haben.

Das Programm war von einer Experten-Kommission auf das Gründlichste vorbereitet worden. In der Ausschreibung waren klar und unzweideutig Zahlenmarken verlangt oder einfache Symbolmarken mit guter Beschriftung, die den Zweck der Marke als Quittungszeichen für die Posttaxe eines bestimmten Landes graphisch einwandfrei zum Ausdruck bringen sollten. Schliesslich waren auch Landschaftsmarken zur Beurteilung zugelassen, doch war schon aus der Art der Ausschreibung zu erkennen, dass nach Ansicht der ausschreibenden Behörde ein Landschaftsbild für den Schmuck einer gewöhnlichen Postmarke wohl kaum sehr geeignet sei.

Die Beurteilung war eindeutig genug. Sowohl für die reinen Zahlenmarken als für die Symbolmarken wurden erste Preise erteilt, während unter der relativ geringen Zahl der Landschaftsmarken nur einzelne bescheidene Preise verabfolgt wurden. Es war dann interessant aus dem Jurybericht zu vernehmen, dass auch die beiden Vertreter des Schweiz. Philatelistenvereins, die mit beratender Stimme an der Beurteilung teilnahmen, mit den Experten durchaus einig gingen, ja, dass sie gerade das Resultat dieses Wettbewerbes von der Ungeeignetheit des Landschaftsbildes für diesen Zweck überzeugte.

War also das Resultat der Ausschreibung, für die die Veranstalter weder Mühe noch Kosten gescheut hatten, erfreulich positiv, so wirkte sich die nachherige Beurteilung durch das Publikum bei den Ausstellungen umso negativer aus. Sagen wir es offen heraus, nicht eigentlich das Publikum war es, das sich

gegen den Juryentscheid feindlich stellte, sondern die Berichterstatter, die den Geschmack dieses Publikums bestimmen. Sie setzten mit einer Hetze ein, einer Hetze gegen den sachlichen und zeitgemässen Entscheid und hoben ausgerechnet das verworfene Landschaftsbild zum Ideal empor. Wie könne sich nur die Schweiz als Reiseland par excellence die Gelegenheit entgehen lassen, auf den Marken für seine Naturschönheiten zu werben! Mit solchen Schlagwörtern wurde gefochten, die die Wirkung beim Publikum nicht verfehlen mussten. Als ob diese zarten Schönheiten auf dem Miniaturformat einer Marke noch bestehen könnten. Dabei wandert die Marke, sobald sie in Gebrauch kommt, unter die Stempelmaschine, da wird durch den Aufdruck ein solches Bildchen erst recht zu Nichte gemacht.

Die Vermutung liegt nahe, dass dieser feindselige Feldzug gegen den sachlichen Entscheid von den Markenhändlern ausgeht, die sich eben um die praktische Verwendbarkeit der Marke wenig kümmern, die mehr darauf sehen, hübsche Bildchen gut absetzen zu können.

Unsere Postverwaltung hat mit der Postkarte eine vorbildliche Lösung dieser Landeswerbung geschaffen. Da liegen die Städtebilder und Landschaftsausschnitte als gesonderte Schmuckstücke ausserhalb des Stempelbereichs und können sich auf dem grösseren Format gut Geltung verschaffen.

Gerade diese zweckmässige Lösung der Postkarte vereint mit dem grosszügigen Wettbewerb vom letzten Sommer, für die unsere Behörde alle Anerkennung verdient, mögen uns dafür bürgen, dass die Postverwaltung von dem eingeschlagenen Weg nicht abweichen wird, um einen jener klaren Markentypen zu schaffen, wie sie uns der Wettbewerb geschenkt hat. Eine solche Marke wird werben für ein fortschrittliches Land! B.

Que va-t-il advenir des nouveaux timbres-poste ?

Cette question intéressera un grand nombre des artistes qui ont participé l'été dernier au concours général de l'administration fédérale des postes.

Le programme en avait été préparé par une commission d'experts jusque dans ses moindres détails. Dans l'avis de concours il était demandé clairement et sans équivoque possible des timbres-poste avec chiffres-taxe ou images symboliques, avec chiffres bien lisibles, remplissant le but du timbre comme estampille d'affranchissement postal d'un pays déterminé et ceci d'une manière satisfaisante au point de vue graphique. En plus il était aussi admis des projets reproduisant des paysages ; cependant la manière dont l'avis de concours était rédigé laissait déjà entrevoir que dans l'idée des autorités organisant le concours, un paysage n'était guère propre à l'illustration d'un simple timbre-poste. Le jugement fut significatif. Tant pour les timbres avec chiffres-taxe que pour ceux à images symboliques il fut distribué des premiers prix, tandis que parmi les projets relativement peu nombreux de timbres avec paysages, quelques modestes prix seulement furent accordés. Il fut intéressant d'apprendre par le rapport du jury que les deux représentants de la Société suisse de philatélie qui assistaient aux délibérations avec voix consultative, furent parfaitement

d'accord avec les experts et même que le résultat de ce concours les convainquit de l'inopportunité de paysages pour ce but.

Si donc le résultat du concours pour lequel les organisateurs n'avaient ménagé ni peine ni argent fut réjouissant, le jugement du public aux expositions qui suivirent fut d'autant plus négatif. Disons franchement que ce ne fut pas tant le public qui prit position contre le jugement du jury, que les journalistes qui forment l'opinion publique. Ils attaquèrent avec acharnement ce jugement objectif et moderne et portèrent aux nues comme un idéal, le paysage condamné. Comment le pays du tourisme par excellence pouvait-il laisser échapper l'occasion de faire connaître par ses timbres ses beautés naturelles ! C'est avec de tels arguments, qui ne pouvaient manquer de porter auprès du public, que la lutte fut menée. Comme si ces douces beautés pouvaient être rendues sur le format miniature d'un timbre-poste. En outre et dès qu'il est utilisé celui-ci passe sous la machine à oblitérer qui a tôt fait d'anéantir cette petite image.

Il est donc permis de soupçonner que cette campagne contre le jugement objectif du jury est partie des marchands de timbres qui s'occupent peu de leur utilisation pratique mais ne voient que la possibilité de bien vendre de jolies petites images.

L'administration des postes a résolu d'une manière exemplaire, sur les cartes postales, cette propagande touristique. Les vues des cités et des paysages y sont présentées en dehors de l'espace réservé à l'oblitération et sont ainsi bien mieux mises en valeur dans un format plus grand.

Cette solution pratique ainsi que l'important concours de l'été dernier, pour lequel l'autorité mérite tout éloge, prouvent que l'administration des postes ne s'écartera pas de la voie qu'elle s'est tracée, qui est de créer un de ces types de timbres clairs tels que le concours en a suscités. Ce timbre-là parlera pour un pays progressiste.

B.

Antworten des Zentralvorstandes auf die Anträge und Anregungen der Sektionen anlässlich der Präsidentenkonferenz in Olten.

(Siehe *Schweizer Kunst* No. 8, März 1933.)

Sektion Bern. — 1. *Reproduktionshonorar für Passivmitglieder (Damen) die Mitglied der Gesellschaft schweizerischer Malerinnen, Bildhauerinnen und Kunstgewerblerinnen sind.* In der *Schweizer Kunst* wird ein Gesuch an die Mitglieder gestellt werden, sich den Bestimmungen zum Reproduktionsrecht zu fügen. Die Gesellschaft schweizerischer Malerinnen, Bildhauerinnen und Kunstgewerblerinnen hat in ihrer Generalversammlung vom 9. Oktober 1932 unsere Bestimmungen zum Reproduktionsrecht auch für ihre Mitglieder anerkannt. Es würde sich also eher um unsere Passivmitglieder (Damen) handeln, die *nicht* genannter Gesellschaft angehören.

2. *Gesuch um Einfuhrbeschränkung von minderwertigen Kunstwerken.* Der Zentralvorstand ist der Ansicht, dass ein solches Gesuch gegenwärtig nicht