

Liebesgrüsse zum Lecken

Dänemark hat keine Briefpost mehr, die Schweiz hält dagegen.
Die neuste Sondermarke im Sonderformat ehrt
Alberto Giacometti zu seinem 125. Geburtstag.

Daniele Muscionico

Als das Tuch fiel, ging ein Raunen durch die Menge. An je einer Seite des Stoffs, der über eine Staffelei hing, zogen und zupften kürzlich im Kunsthaus Zürich zwei artfremde Parteien. Hier Vertreter des grössten Schweizer Kunstmuseums, dort Delegierte der Schweizerischen Post. Heiliger Ernst lag in der Luft, ein Staatsakt schien im Gange. Die Post und das Kunsthaus hatten vor einem guten Jahr ein gemeinsames Projekt begonnen. Nun war es an der Zeit, es zu enthüllen. Eine Sonderbriefmarke zum 125. Geburtstag des wichtigsten Schweizer Künstlers: Viva Alberto Giacometti aus Stampa!

Man zog also, beidseits: «Eins, zwei, drei!», «Schön geworden!» Das Publikum, bestehend aus angefressenen Philatelisten und angereisten Gästen aus dem Bergell, seufzte beim Anblick hörbar auf. «L’ Homme qui marche», Giacomettis lebensgrosse spindeldürre Bronzefigur, dargestellt auf schmalen zwei Zentimetern und hohen vier Zentimetern Papier, ist ein veritables Prachtexemplar. 250’000 Stück gibt es davon.

Marken galten als Aktien des kleinen Mannes

Das Schönste aber und das Erfreulichste daran: Das Kunstwerk von 1960, ein Spätwerk aus Giacomettis existenzieller Phase, ist auf dem Kunstmarkt unbezahlbar, weil unverkäuflich. Dank der Briefmarke kommt Egalität ins Spiel, sie ist wieder, wofür sie einmal stand: die Aktie des kleinen Mannes, Frauen mitgemeint.

Giacomettis Schreitender wird von der Post zum Schleuderpreis angeboten. Er kostet sage und schreibe 1 Franken 20. Denn eine Briefmarke ist das demokratischste Kunstwerk überhaupt. Dänemark hat die Briefpost abgeschafft. Als erstes Land Europas hat die staatliche dänische Post beschlossen, das alte Geschäft mit den gummierten Papierchen sein zu lassen. Es lohnt sich

nicht mehr, wird argumentiert. Selbstverständlich lohnt sich das Geschäft seit Langem nicht mehr, nicht nur bei den Dänen. Dort allerdings war der Effekt der Null-Marken-Politik abzusehen.

Seit 2014 war es in Dänemark für Brieffreundinnen und -freunde Pflicht, sich um eine digitale Lösung bei der Verschickung zu kümmern. Auch wurde, da die Menge der Briefpost kontinuierlich abnahm, seit 25 Jahren Schritt für Schritt, Briefkasten um Briefkasten, die Infrastruktur abgebaut. Mit der finalen Einstellung der Briefpost löste Dänemark ein, was andere Nationen seit Langem vor sich herschieben: Sie drehen der Briefkorrespondenz die Luft ab.

Die Krönung der Briefkunst

Der Verlust ist immens. Denn nicht nur die alte Kunst des Briefschreibens ist damit Geschichte. Mit der Erledigung der Briefpost hat sich auch die Krönung jeder Briefkunst erledigt, die Briefmarke. Wie in Dänemark, so in der Schweiz. Auch hierzulande ist die Minderstellung der Marke längst auf dem Weg. Exemplarisch zeigt sich das in den Innovationen oder dem, was die Post dafür hält. Die neue Generation der Schweizer Briefmarken ist nicht wiederzuerkennen. Sie sind auch keine Marken mehr, sondern maschinenlesbare Datenträger, die man mit dem eigenen Handy und Drucker herstellt.

Grafische Codes sollen uns Marken-Junkies gefallen! Niemals kommt uns eine solche Ausgeburt ins Haus. Lieber auf einen nächsten Brief verzichten – und mit dem Smartphone eine Horde Emojis in den Äther jagen –, als sich mit einem Unding wie einer Internetmarke die Schriftkunst verhunzen. Freilich, mit ihr klebt man (in Gedanken) die von der Post garantierte Rückverfolgbarkeit und die Fälschungssicherheit mit auf dem Umschlag. Wer’s glaubt!

Seit die sogenannte A-Post immer weniger hält, was sie einmal vollmun-

dig versprach – Zustellung am nächsten Arbeitstag –, zweifelt man am Unternehmen Post nicht grundlos. Denk’ ich an die Post und die Briefmarke von früher, füllt sich mein Mund mit dem Geschmack von altem Gummi.

Marken sind Volkskunst und zeigen Volksbilder

Hat die Briefmarke ihren Reiz verloren, als die selbstklebende Version auf dem Markt war? Ohne Zutun von Speichel husch, husch auf ein Couvert gedrückt und ab die Post. Effizienz und die Kunst der Marke schliessen sich aus. Marken sind Zeitbremsen.

Ach, war es damals nicht schön? Winzige Kunstwerkelein mit einer winzigen Pinzette ohne gröbere Schäden in ein Einsteckalbum bugsieren. Zittrige Finger, zerrissenes Papier. Pro Patria, Pro Juventute, Volksbräuche, Kunsthandwerk, historische Blumensorten! Abschätzig schielte ich auf die Panini-Bildchen der Freundinnen. Eine Marke war eine Marke war Kunst. Volkskunst, Volkes Bild und Volkes Wert.

Noch heute zehre ich von dieser Sammlung. Weit mehr noch allerdings von dem Bilderschatz, den mir mein Vater vermacht hat. Die doppelt vorhandenen Marken aussortiert und in kleinsten Kuverts zur späteren Verwendung säuberlich beschriftet: «Inland (A) 80 Rappen», «Inland (B) 50 Rappen». Sie zieren meine Briefe als letztes Tüpfelchen und als Zeichen der Individualität.

Personalisierte Post, wie ich sie verstehe, geht so: Blumenfreunde erhalten Marken mit einem Blumensujet; Empfänger, die Architektur bevorzugen, das Porträt von Le Corbusier, gestaltet von Hans Erni und Hans Bickel. Für Hundefreunde habe ich selbstverständlich ein Set Hundedarstellungen in petto. Wieso ich die schönsten alten Tiermarken allerdings für mich behalte, jene des Grafikers Celestino Piatti, das werde ich weiterhin verheimlichen.



Die neuste Sondermarke der Schweizer Post ist überlang und überschmal. Sie zeigt das berühmteste Kunstwerk von Alberto Giacometti (1901-1966) zu seinem 125. Geburtstag.
Bild: Schweizerische Post

Harry Styles macht auf David Bowie

Die Zeit in Berlin inspirierte den britischen Superstar zu seinem bislang experimentellsten Album. Der neue Sound steht ihm überraschend gut.

Philip Dethlefs

Die Berliner Luft hat schon vielen Künstlern gutgetan. David Bowie schuf dort seine «Berlin Trilogy». Auch Depeche Mode, U2, Nick Cave oder die Pet Shop Boys arbeiteten in Berlin. Jetzt hat sich der britische Superstar Harry Styles für sein neues Album «Kiss All the Time. Disco, Occasionally» vom Leben in der Hauptstadt inspirieren lassen. «Ich habe letztes Jahr viel Zeit in Berlin verbracht», erzählte der passionierte Läufer, der den Berliner Marathon in unter drei Stunden absolvierte, dem Magazin «Runner’s World». «Ich habe viele lustige und interessante Leute kennengelernt und viele verschiedene Arten von Musik gehört. Und ich hatte irgendwie das Gefühl, dass das meine Musik beeinflusst hat.»

Das war schon in der ersten Single zu erkennen, mit der Harry Styles eine



Harry Styles: Mit dem immer grösseren Erfolg kamen die existenziellen Fragen.
Bild: Getty Images

neue musikalische Seite von sich zeigt. «Aperture» ist kein klassischer Popsong, sondern ein vom House inspirierter, elektronischer Dance-Track mit einer nächtlichen Atmosphäre. Mit pulsierendem Beat und diesen stakkaotoartigen Klavierakkorden – sogenannten Piano-Stabs – baut sich der Song langsam auf.

«Der Sound des Albums entstand vor allem dadurch, dass ich viel ausgegangen bin», sagte Styles, der am Nachtclub Berghain gesehen wurde. Was dem 32-jährigen in der deutschen Hauptstadt besonders gefiel: «Einfach in einer Menschenmenge sein zu können, mit Freunden zusammen zu sein und sich sicher genug zu fühlen, um sich ein wenig gehen zu lassen und zu tanzen und so.»

Die meisten der zwölf neuen Tracks sind tanzbar. «American Girls» drängt sich als eine der nächsten Single-Aus-

kopplungen auf: Die eingängige Midtempo-Pophymne mit kräftigem Beat klingt nach dem Soundtrack für einen Sonnenuntergang mit Party am Strand – und ist wie gemacht für die grossen Konzerte. «Kiss All the Time. Disco, Occasionally» ist im Vergleich zu Harry Styles’ bisheriger Musik ein experimentelles Hörvergnügen. Bestes Beispiel ist das leicht chaotische «Season 2 Weight Loss» mit verschobenen Breakbeats, technoiden Klängen und einem Bass, der gefühlt gegen den Takt arbeitet.

Vorfreude auf Live-Konzerte geweckt

Der Aufstieg vom Boygroup-Mitglied zum Solo-Superstar war und ist für Harry Styles auch mit einigen Herausforderungen verbunden. Sein Privatleben stand noch deutlich mehr im Fokus der Öffentlichkeit als zu seiner Zeit mit One

Direction. Mit dem immer grösseren Erfolg kamen auch existenzielle Fragen.

«Besonders auf Tournee hatte ich oft damit zu kämpfen, dass ich das Gefühl hatte, nicht genau zu wissen, was ich eigentlich gebe, was ich der Welt zu bieten habe», sagte Styles. In «Paint By Numbers», das an Tom Pettys «Free Fallin’» erinnert, reflektiert der einstige Casting-Star: «Oh, was für ein Geschenk es ist, ein Künstler zu sein, aber es hat nichts mit mir zu tun. Es ist ein lebenslanges Lernen, Malen nach Zahlen und Zuschauen, wie die Farben verlaufen.»

Auf «Kiss All the Time. Disco, Occasionally» entdeckt man bei jedem Hören etwas Neues. Die detailreiche, ausgefeilte Produktion erzeugt ein filmisches Flair. Die Songs sind eine sensorische, verführerische Erfahrung – und lassen erahnen, wie gut dieses Album live funktionieren dürfte.