

## 1. Presstext kurz

### Karl Bickel | H.R. Fricker

#### «Markenzeichen»

**museumbickel Walenstadt, 15. August – 19. September 2010**

Die eigene Briefmarke kreieren und ganz legal versenden? Das Internet macht möglich, was Künstler bereits vor 25 Jahren entworfen haben. Dass eine persönliche Botschaft auch in einem persönlich gestalteten Umschlag ankommen sollte, ist eine leicht nachvollziehbare Idee, welcher die Schweizerische Post heutzutage mit Webstamps entgegenkommt. Das museumbickel zeigt Ausschnitte aus zwei Marken-Werken: Der Künstler H.R. Fricker wagt eine Gegenüberstellung seiner Mail-Art-Markenbogen mit offiziellen Markenbogen des bekannten Markenstechers Karl Bickel. Ebenso sind nach Networker-Art gestaltete Briefumschläge neben solchen zu sehen, die mit den Marken Bickels frankiert oder dekoriert wurden. H.R. Fricker ist ein aktiver und einflussreicher Teilnehmer am weltweiten, sozialen Mail-Art-Network der 1980er und -90er Jahre. Per Briefpost vernetzten sich damals zehntausende Mail-Artists. Der Zweck des Mail-Art-Networking waren offene, partnerschaftliche Kontakte von Person zu Person, ausserhalb des Kunstbetriebes. Auch Karl Bickel nutzte das Potential des kleinen Formats als einen alternativen Weg, um seine Kunst unter die Leute zu bringen. Unter den verschiedenen Motivationen für seine Tätigkeit als Markenstecher nannte er auch diese: «Ich steche, um kollektiv zu wirken. Jedermann kann sich meine Kupferstiche kaufen.»

## 2. Presstext lang

### Karl Bickel | H.R. Fricker

#### «Markenzeichen»

**museumbickel Walenstadt, 15. August – 19. September 2010**

Die eigene Briefmarke kreieren und ganz legal versenden? Das Internet macht möglich, was Künstler bereits vor 25 Jahren entworfen haben. Schon seit den Sechzigerjahren wurde die Briefmarke als Kontext für künstlerische Interventionen genutzt. Manche Marken waren von offiziellen Postmarken kaum zu unterscheiden. Neben Briefmarken von Ländern mit Fantasienamen wie Kanadada, Netland, Doo Da, oder Zeropost und Fluxpost, irritierten einige Briefmarken mit normalen Landesbezeichnungen, aber unüblichen, oft provokanten und tabubrecherischen Inhalten.

Dass eine persönliche Botschaft auch in einem persönlich gestalteten Umschlag ankommen sollte, ist eine leicht nachvollziehbare Idee, welcher die Schweizerische Post heutzutage mit Webstamps entgegenkommt. Durch dieses Angebot können Internet-Nutzer eigene Bilder als Briefmarken editieren lassen und auf Etiketten oder direkt auf

Briefumschläge ausdrucken. Die Bilder sind dann mit dem gewählten Wert und allen formalen Zeichen einer Briefmarke ausgestattet. Ein ähnliches Konzept hatte H.R. Fricker 1986 gefordert und vorweggenommen mit seinem Vorschlag, einen Alphabet-Markenbogen mit 30 Einzelbuchstaben herauszugeben und dem Absender so eine persönliche Aussage auf Brief, Karte usw. zu ermöglichen. Im vordigitalen Zeitalter hielt die PTT diese Idee nicht für umsetzbar, wie ein ausführlicher Brief an Fricker belegt.

## **Facebooks künstlerische Vorfahren**

Mail-Art trug bereits verschiedene Züge des Internets, als es dieses noch nicht gab. Sie funktioniert über ein internationales Netzwerk von Künstlern, die auf dem Postweg in Kontakt stehen, und deren Werk darin besteht, dieses Netz aufzubauen, zu erweitern und mit Ideen zu nähren. Die Teilnehmenden haben als Konzept-Künstler den Fokus nicht auf fassbaren Kunstobjekten, sondern auf der Idee, auf einem Gedanken und dessen Kommunikation. Sie gestalten ihre Briefe collagenartig mit eigenen Briefmarken und Stempeln, wobei sie Sprache spielerisch und reduziert einsetzen. So wird klar gemacht, dass unter den Networkern eigene Regeln gelten – auch wenn sie für ihre Sendungen die offiziellen Postdienste benützen.

H.R. Fricker ist ein aktiver und einflussreicher Teilnehmer am weltweiten, sozialen Mail-Art-Network der 1980er und -90er Jahre. Per Briefpost vernetzten sich damals zehntausende Mail-Artists. Der Zweck des Mail-Art-Networking waren offene, partnerschaftliche Kontakte von Person zu Person, ausserhalb des Kunstbetriebes. Politische und gesellschaftskritische Themen prägten den Austausch, ebenso die Reflexion über die eigene Position gegenüber dem offiziellen Kunstbetrieb.

## **Kunst findet statt**

Mit dem explizit unkommerziellen Charakter ihres Wirkens entziehen sich Mail-Künstler zu einem grossen Teil dem Kunstmarkt. Ihre Kunst findet statt. Sie hat keinen Ort, kann also auch nicht ausgestellt werden – so die konsequente Überlegung, welche allerdings kollidiert mit dem Wunsch aller Künstler, wahrgenommen zu werden, und auch mit dem Interesse, das diese Kunstform geweckt hat.

Fricker sucht immer wieder die Erweiterung aus etablierten Systemen, versucht die Formen zu überwinden, die er auch selber mitentwickelt hat. Der Austausch mit Künstlern aus der ganzen Welt bekam eine andere Dimension, wenn sich die Beteiligten direkt trafen, ohne den gewohnten Postweg zu benützen. Selber hatte Fricker bereits unzählige Briefe verschickt, als er 1985 seine Kollegen aufforderte, einander zu besuchen. Er beschrieb diesen Wechsel so: «After Dadaism Fluxism Mailism comes Tourism».

Die Pflege einer Kommunikationskultur nahm in manchen Ländern eine politische Bedeutung an: beispielsweise als Mittel des Widerstands in den Diktaturen Lateinamerikas und Osteuropas. Da diese Kunstform ohne die üblichen Verteiler wie Galerien, Kunsthändler oder Museen auskommt, ist sie in ihrer Ausbreitung nur schwer zu kontrollieren.

## **Künstlermarke – Markenkünstler**

Fricker wagt im museumbickel eine Gegenüberstellung seiner Mail-Art-Markenbogen mit offiziellen Markenbogen des Markenstechers Karl Bickel. Ebenso sind nach Networker-Art gestaltete Briefumschläge neben solchen zu sehen, die mit den Marken Bickels frankiert oder dekoriert wurden.

Karl Bickel (1886 – 1982) arbeitete als Bildhauer, Maler, Grafiker und Markenstecher im Spannungsfeld von Monumentalität und Kleinformaten. Während er für das Paxmal in Walenstadt-Berg riesige Mosaikwände und Skulpturen schuf, war die Ausführung der von ihm entworfenen Briefmarken nur unter dem Mikroskop möglich. Ab

Mitte der Dreissigerjahre war die PTT die grösste Auftraggeberin des herausragenden Markenstechers. Zirka 100 seiner Marken wurden gedruckt. Die allererste davon aus dem Jahr 1923 war zugleich die erste Flugpostmarke der Schweiz und zeigt das Gesicht eines Piloten. Für die damalige Schweizer Bevölkerung war diese Marke allerdings viel zu kühn und zu modern. Für H.R. Fricker hingegen passt der «Pilot» bestens ins Konzept der aktuellen Ausstellung. Auch Karl Bickel nutzte das Potential des kleinen Formats als einen alternativen Weg, um seine Kunst unter die Leute zu bringen. Unter den verschiedenen Motivationen für seine Tätigkeit als Markenstecher nannte er auch diese: «Ich steche, um kollektiv zu wirken. Jedermann kann sich meine Kupferstiche kaufen.»

Die Beiträge beider Künstler zur Ausstellung haben gemeinsam, dass es sich um Dokumentationen handelt. Das museumbickel ist im Besitz des gesamten Briefmarkenwerks von Karl Bickel. Die Schweizerische Post stellt zudem komplette Markenbogen leihweise zur Verfügung. Fricker hingegen sandte manchmal Kopien verschickter Briefumschläge an die eigene Adresse, um Dokumente seiner Arbeit in der Hand zu haben. Bei Besuchen entstanden gemeinsame Werke. Zudem kamen einige der in die ganze Welt versendeten Briefe mit neuen Elementen versehen wieder zurück und spiegeln so die Präsenz Frickers im internationalen Netzwerk. Es gibt aber noch andere Quellen: Das Museum für Kommunikation in Bern sammelt seit Jahren Mail-Art-Objekte und pflegt den Kontakt zu Mail-Art-Künstlern. Ein grosser Teil der Werke und Dokumentationen, die Fricker im Austausch seit 1980 erhaltenen hatte, befindet sich nun im Archiv des MfK.

Um das Schicksal der Briefmarke geht es in der Matinee am 12. September. Die Briefmarke war nicht nur der Einmischung durch Künstler unterworfen, sondern erlebt heute ungeahnte Entwicklungen. Zur Bedeutung des Briefmarkenbildes, vom amtlichen Wertzeichen, über die Künstlerbriefmarke bis zur Webstamp werden im Gespräch sein: Der Künstler H.R. Fricker; Ueli Schenk, Kurator Museum für Kommunikation, Bern; Stefan M. Seydel, Sozialarbeiter und Gründer von rebell.tv; Hubert Matt, Kunst & Philosophie, Hochschuldozent für Design und natürlich das interessierte Publikum.

Guido Baumgartner / Judith Annaheim

### **3. Daten**

museumbickel Walenstadt

Ausstellungsdauer 15. August – 19. September 2010

#### **Vernissage**

**Sonntag, 15. August 11.15**

H.R. Fricker im Dialog mit Guido Baumgartner, Kurator museumbickel

#### **Matinee «Die gestohlene (Brief) Marke»**

**Sonntag, 12. September 11.15**

Ueli Schenk, Kurator Museum für Kommunikation, Bern

H.R. Fricker, Künstler

Stefan M. Seydel, Sozialarbeiter und Gründer von [www.rebell.tv](http://www.rebell.tv)  
Hubert Matt, Kunst & Philosophie, Hochschullehrer für Design

## Öffnungszeiten und Adresse

Freitag 17-20 Uhr

Samstag, Sonntag 14-17 Uhr

museumbickel

Zettlereistr. 9

8880 Walenstadt

[www.museumbickel.ch](http://www.museumbickel.ch)

## 4. Kontakt

**Kurator:** Guido Baumgartner  
Magnusstrasse 5  
8004 Zürich  
043 243 30 33  
078 618 32 92

**Sekretariat:** museumbickel  
Zettlereistrasse 9  
8880 Walenstadt  
[info@museumbickel.ch](mailto:info@museumbickel.ch)  
[www.museumbickel.ch](http://www.museumbickel.ch)

## Webseite des Künstlers

<http://www.placeofplaces.com/>

## 5. Bildlegende

1. H.R. Fricker, Helvetia ABC-Block „Die Gebühren der Post, die Aussage dem Sender“, 1985, 18 x 18 cm, perforiert
2. H.R. Fricker, Briefumschlag an Piermario Ciani, 1989, 17 x 17 cm
3. Karl Bickel, Flugbelege
4. Karl Bickel, Flugbelege

© Beim Künstler und dem museumbickel. Alle Bilder dürfen nur in Zusammenhang mit der Ausstellung im museumbickel Walenstadt publiziert werden. (Grössere Bilder sind lieferbar.)