

«Die Arbeit hat mich stolz gemacht»

Das Grafikatelier Millefeuilles in Düringen hat einen ungewöhnlichen Auftrag realisiert: Die Schweizerische Post hat sie eingeladen, eine Briefmarke zu gestalten, die den Kanton Freiburg repräsentiert. Gallus Aebischer erklärt, warum ihr Sujet die Poyabrücke wurde.

Imelda Ruffieux

DÜRINGEN Es war ein Auftrag, wie ihn wohl jedes Kreativteam in einem Grafikatelier oder einer Agentur gerne umsetzt: Die Schweizerische Post und die Konferenz der Kantonsregierungen haben letztes Jahr 26 Grafikbüros in der ganzen Schweiz beauftragt, für ihren Heimatkanton eine Briefmarke zu entwerfen. Dafür haben sie Firmen ausgewählt, die durch ihre Mitgliedschaft beim Berufsverband Swiss Graphic Designers für einen gewissen Qualitätsstandard stehen (siehe auch Kasten).

Vorgabe des Kantons

Im Kanton Freiburg fiel die Wahl auf die Millefeuilles AG in Düringen. Co-Geschäftsleiter Gallus Aebischer sagt: «Wir waren überrascht, dass wir ausgewählt worden sind, und haben uns sehr darüber gefreut.»

Wir waren überrascht, dass wir ausgewählt worden sind, und haben uns sehr darüber gefreut.»

Gallus Aebischer
Co-Geschäftsleiter

Sonst entwickelt Millefeuilles gemeinsam mit seinen Kunden Logos, Marken, Corporate Designs und Webdesigns. 16 Jahre lang gestaltete Millefeuilles zum Beispiel im Auftrag des Sessler Museums den Gesamtauftritt sowie Ausstellungssplakate und Einladungskarten.

Bei diesem Auftrag gab es zwar auch einen Auftraggeber, doch konnte das Team von Millefeuilles sich hier relativ frei auf eigene Vorstellungen und Inputs konzentrieren. Der Kanton hat unter anderem die Botschaft formuliert, die er mit dieser Marke vermitteln will, nämlich, dass Freiburg ein Brückenkanton ist.

Entworfen und verworfen

«Wir sind vorgegangen wie bei anderen Aufträgen», erklärt Gallus Aebischer. Das heisst, das fünfköpfige Team hat in einem Brainstorming erste Entwurfsideen zusammengetragen. Dann setzte Gallus Aebischer zusammen mit Grafiklehrling Sandro Lehmann die Ideen um. Davon wurden einige verworfen. Am Ende entstanden sechs Vorschläge, die sie

beim Auftraggeber einreichten. Die Post legte drei davon den Kantonen beziehungsweise den Staatskanzleien vor, welche die definitive Auswahl trafen. Im Fall von Freiburg haben die Behörden den Entwurf mit der Poyabrücke ausgewählt. Am

Ende hätten sie rund zwei Wochen Arbeit hineingesteckt, bis der Auftrag von A bis Z fertig war, sagt Gallus Aebischer.

Gross am Bundeshaus

Das Ganze ist bereits letzten Sommer geschehen, denn eigentlich hätten die neuen Kantonsmarken bereits im Herbst 2021 herauskommen sollen. Wegen Corona wurde die Präsentation verschoben; letzten Donnerstag sind die Marken des Projekts «Mein Kanton – unsere Schweiz» nun in Form einer Lichtshow am Bundeshaus der Öffentlichkeit vorgestellt worden. «Es hat mich schon stolz gemacht, als ich unsere Arbeit gross am Bundeshaus gesehen habe», sagt Gallus Aebischer.

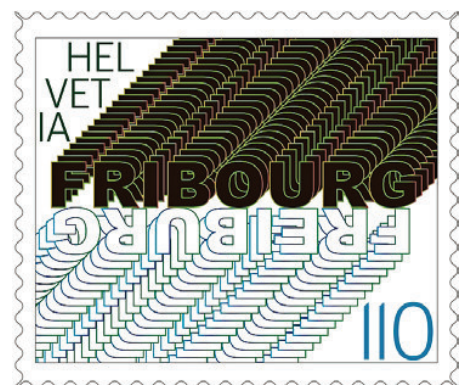
Reduziert und einfach

Schlichte Linien, geometrische Formen, zwei Farben für das Kantonswappen, zwei für Himmel und Erde. Das Design, das Gallus Aebischer und Sandro Lehmann für das Sujet der

Freiburger Briefmarke entworfen haben, besticht durch seine Einfachheit und den hohen Wiedererkennungseffekt. Jeder Freiburger und jede Freiburgerin wird sofort erkennen, dass es hier um die 2014 fertiggestellte markante Poyabrücke geht, auch wenn nur knapp ein Brückenpfeiler zu sehen ist.

Das entspricht auch genau der Absicht der beiden: «Wir wollten das Sujet mit einer grossen Schlichtheit umsetzen», sagt Gallus Aebischer und erklärt die Gedanken hinter dem Entwurf: «Die Poyabrücke wird zur Fläche. Sie unterteilt, öffnet und weist in verschiedene Richtungen. Der typische Poyabrückenpfeiler ist in Schwarz-Weiss und reduziert dargestellt. Die Farben Blau und Grün sind die zusätzliche Dimension für Frische und Leichtigkeit.»

«Eine Brücke kann zudem ganz viel aussagen», führt er weiter aus und denkt zum Beispiel an die Verbindung von Stadt zu Land oder auch von einer Sprache zur anderen. Zu-



Die Spielerei mit dem zweisprachigen Schriftzug ist einer der Entwürfe des Düringer Grafikbüros.



Auch dieser Entwurf für eine Freiburger Briefmarke lag der Freiburger Staatskanzlei zur Auswahl vor.

dem biete sich eine schlichte Gestaltung auf dem Kleinformat einer Briefmarke eher an als ein überfülltes Bild.

Sehr unterschiedlich

Seine Berufskolleginnen und -kollegen in den anderen Kantonen haben den Auftrag sehr unterschiedlich ausgeführt. Die einen haben möglichst viele Eigenschaften beziehungsweise Sehenswürdigkeiten zusam-

Briefmarken

Nur wenige Vorgaben von Post und Kanton

Die Post hat die Aufträge für die Briefmarken an Mitglieder von Swiss Graphic Designers erteilt. «Das ist ein gängiges Vorgehen», sagt Denise Birchler von der Medienstelle der Post. Der Verband lieferte die Adressen, und die Post habe dann Ateliers ausgesucht. «Wo es möglich war, haben wir bewusst Firmen gewählt, die nicht in der Kantonshauptstadt ansässig sind.» Die Vorgaben der Post waren kurz: Auf der Marke muss der Wert der Marke, also 1,10 Franken, und das Wort Helvetia Platz haben. «Ausserdem musste die Marke einen kulturellen oder politischen Aspekt des Kantons präsentieren und die vom Kanton formulierte Botschaft transportieren», so Denise Birchler. Auf jeder Marke sind – wie immer – die Grafiker genannt sowie das Erscheinungsjahr.



Gallus Aebischer und Sandro Lehmann (r.) haben im Auftrag von Post und Kantonsregierung eine Briefmarke entworfen.

Bild Charles Ellena



Der Entwurf von Millefeuilles besticht durch Einfachheit.

Bild zvg/Post



Der Markenbogen der Aktion «Mein Kanton – unsere Schweiz».

Bild zvg/Post