

Sommer auch folkloristisch zu Ende

Autor(en): **Knobel, Bruno / Crivelli, Adriano**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **113 (1987)**

Heft 49

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-620910>

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.

Sommer auch folkloristisch zu Ende

Von Bruno Knobel

Spätestens im Spätherbst beginnen sich Sjene Souvenirkioske zu häufen, deren Läden sich bis zum nächsten Frühsommer winterfest über dem ebenso reichhaltigen wie pseudofolkloristischen Sortiment schliessen und damit geschnitzte Flaschenzapfen aus Jugoslawien, in Hongkong mit Edelweiss und Enzian bemalte Geissenglöcklein oder in Korea geschnitzte schweizerische Wappentiere schamhaft von den gequälten Blicken verspätet noch einsam wandernder Eidgenossen fernhalten. Die mickeymousigen Attribute vom Heidiland entziehen sich vielenorts vorübergehend der Käuflichkeit, und ein Aufatmen geht durch die geprüfte helvetische Natur.

Immerhin darf man sich damit trösten, dass kaum ein Souvenirshop so vermessen ist, sein aus Billigstländern stammendes Sortiment auch verbal als «echt» und «original»-schweizerisch anzupreisen. Das denn doch nicht! Dass es so sei, lassen lediglich die Preisanschriften *vermuten*. Anders dagegen ist es mit der so ungemein folkloretrechten «echten», wenn auch naiven, aber «absolut originalen» schweizerischen Volkskunst, die überaus reichlich auf den Markt geschleudert wird.

Etwa nach der fünften Ausstellung mit Werken von ebenso originaler und echter wie nativer Appenzeller Bauernmalerei, nach dem zusätzlichen Betrachten dreier Kunstkalender sowie von etwa dreissig Kunstansichtskarten mit denselben niedlichen Sujets von Alpauf- und -abzügen stellte ich das überraschend unübersehbare Angebot an solchen als naiv deklarierten Werken der Einwohnerzahl – 13 500 – gegenüber und musste zwangsläufig zum Schluss kommen, dass da wirklich und wahrhaftig Volkskunst par excellence gemacht wird, denn es ist gar nicht anders möglich, als dass in Innerrhoden *das ganze Volk* nicht nur Ski fährt, sondern malt; und möglich ist das nur, weil diese Malerei vor allem und überdies traditionell ist – und wie!

Das so sehr gefeierte Naiv-Originalen daran besteht nämlich darin, dass in geradezu religiöser Inbrunst kopiert oder zu kopieren versucht wird, was einstmals einige tatsächlich echte Naive malten. Wie auf deren alten Bildern fehlt demnach auch in den heutigen Werken in den sattgrün gemalten Matten jeder Hinweis zum Beispiel auf die

Mechanisierung der modernen Berglandwirtschaft oder gar auf tourismusfördernde Skiliftmasten.

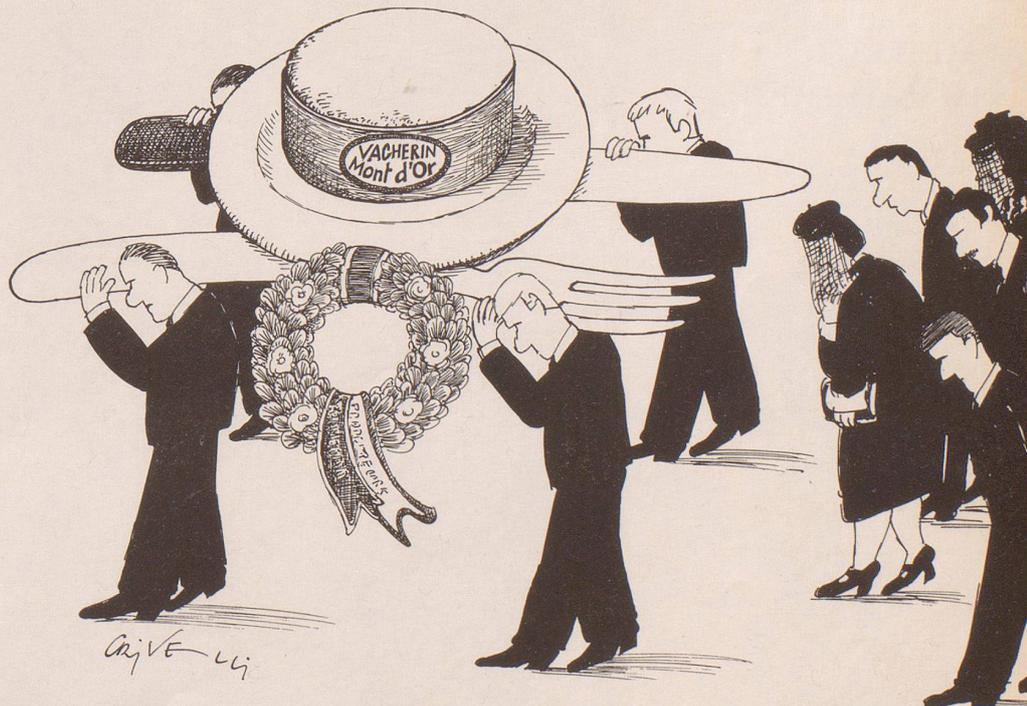
Dass die alte Senntummalerei also leicht reproduzierbar ist, erklärt zwar erst zum Teil, weshalb die geringe Bevölkerung imstande ist, die übrigen 99,8% der kaufwilligen Schweizer Bevölkerung plus Ausland zu versorgen. Diese absolut marktbeherrschende Stellung ist nur möglich einerseits dank äusserster Spezialisierung, andererseits dank weitgetriebener Rationalisierung in der Fabrikation, in welcher sich legendärer Mutterwitz der Region aufs folkloristischste mit den Erkenntnissen des Taylorismus paart. Henry Ford grüsst Appenzell!

Ob Bankkaufmann, Souvenirladeninhaber oder Hausfrau, ob Spengler, Landwirt oder Bahnangestellter; ob Zuchtbuchführer, Bezirkshauptmann oder -weib – alle verherrlichen malend eine ländliche Sommeridylle, die es zwar nie gegeben hat, aber möglichst so, wie einst ein Joh. Baptist Zeller oder ein Franz Anton Haim sie gemalt hatten. *Sie* setzten die Produktionsmassstäbe.

Der Anteil dieses Kunstschaffens am Dinnerhodschen Bruttosozialprodukt ist erheblich. Die Produktivität wird gefördert durch die Arbeitsteilung, der Cash-flow durch das familiäre Montageband: Vater legt das Konzept des neuen Bildes (eine von zwei Varianten) fest und bestimmt das Format (und damit den Preis); Johann (10), der Jüngste, macht dank noch hinreichend echter Naivität die bizarre Gebirgszenerie; die häusliche Mutter malt die Häuser; Franz (11) grünt so grün im Mittelgrund herum im Rahmen der von Baptist (13) fachgerecht gestalteten Zäune, so dass die auf Ziegen spezialisierte Maria (14), dann die mit Bezug auf Kühe routinierte Sophie (15) in Aktion treten können, worauf der Vater souverän noch letzte Retuschen sowie seinen Namenszug anbringt und aufgrund seriöser Nachkalkulation den definitiven Preis bestimmt.

Eine Vertriebsorganisation erübrigt sich. Das Marketing funktioniert: Die Marktdürfnisse sind längst bekannt; meist warten die Käufer schon.

Ein beispielhaftes voralpines «Management by Peasant Art»!



ADRIANO CRIVELLI