

Zeitschrift: Schweizer Volkskunde : Korrespondenzblatt der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde = Folklore suisse : bulletin de la Société suisse des traditions populaires = Folclore svizzero : bollettino della Società svizzera per le tradizioni popolari

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

Band: 106 (2016)

Heft: 1

Artikel: Kinderzeichnung im Wettbewerb : gelenkte Gestaltung in Schweizer Zeichenwettbewerben des 20. Jahrhunderts

Autor: Lehninger, Anna

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1003769>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 08.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kinderzeichnung im Wettbewerb

Gelenkte Gestaltung in Schweizer Zeichenwettbewerben des 20. Jahrhunderts

Dessins d'enfants en situations de concours – Création guidée dans des concours de dessin suisses au 20^{ème} siècle: Des dessins d'enfants et de jeunes provenant de concours de dessins suisses documentent non seulement le développement technique et thématique du dessin, mais également les intérêts commerciaux des organisateurs. L'auteure interprète ces images comme des documents historiques d'importance visuelle et, d'autre part, comme source d'approche commerciale à une pratique enfantine quotidienne du 20^{ème} siècle.

Ein nicht unbeträchtlicher Teil erhaltener historischer Kinder- und Jugendzeichnungen stammt aus kommerziellen Zeichenwettbewerben. Teils in historischen Sammlungen, teils in Unternehmensarchiven bewahrt, dokumentieren sie dreierlei Aspekte des Wettbewerbszeichnens: zunächst die Geschichte des Zeichnens in ihrem technischen und thematischen Wandel, dann den Einfluss kommerzieller Interessen auf Inhalt und Gestaltung der eingereichten Bilder sowie den Quellenwert der überlieferten Bildwerke als Zeitdokumente. Die Bewertungskriterien der Wettbewerbsveranstalter und die ästhetische Auseinandersetzung der ZeichnerInnen mit dem Wettbewerb in ihren Bildern greifen dabei ineinander. Sie bilden die Prinzipien des Wettkampfes gleichsam ab, wie an einzelnen Wettbewerben illustriert wird.

Der Traum vom Preisgewinn

Zeichenwettbewerbe für Kinder und Jugendliche in der Schweiz als Ausdrucksformen kompetitiver und gleichzeitig kreativer Alltagspraktiken zu untersuchen, veranschaulicht die Durchdringung kindlicher und jugendlicher Zeichnungen durch die Bildsprache ihrer jeweiligen Zeit und den ikonografischen Niederschlag verschiedenster Bildformeln wie den uniformierten Vater oder die Wäsche waschende Mutter über die Jahrzehnte.¹ Gleichzeitig wird ersichtlich, dass historische wie auch aktuelle Wettbewerbe jeweils stark in Zusammenhang stehen mit kommerziellen, (kultur)politischen und kunstpädagogischen Interessen und Ideologien. So rezipierten zahlreiche «Phantasiezeichnungen» aus den Wettbewerben des *Pestalozzi-Schülerkalenders* der 1920er- bis 1950er-Jahre – entgegen der Maxime des Kalenders, keine Vorlagen abzumalen – eindeutig Motive des Schweizer Bilderbuchautors Ernst Kreidolf. Pilzfeste feiernde Wiesenzwerge und Reigen

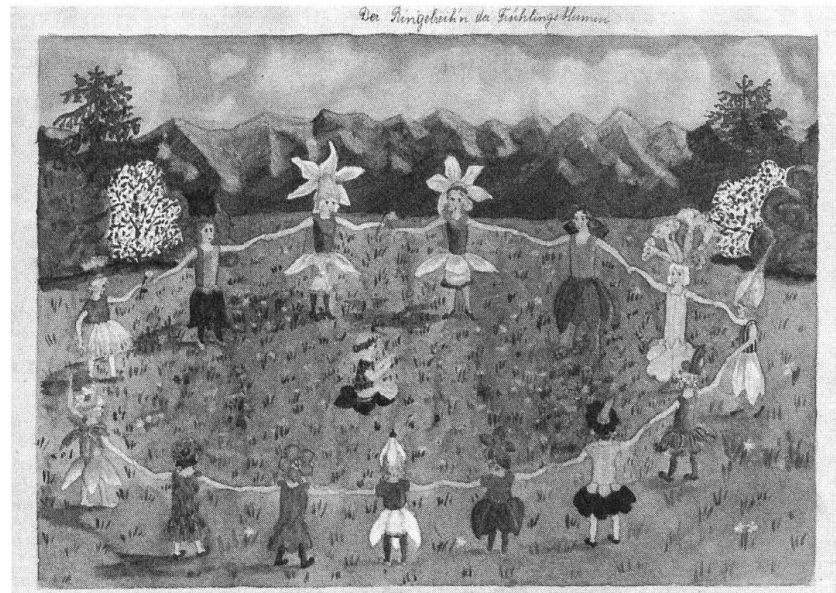
¹ Lehninger, Anna: Vor-Bilder. Nach-Bilder. Zeit-Bilder. Kommerzielle Zeichenwettbewerbe für Kinder in der Schweiz 1935–1985. Zürich 2015 (Populäre Literaturen und Medien, Band 11), hier S. 9–20.

tanzen Blumelfen durchziehen – mehr oder weniger direkt übernommen – zahlreiche Bilder.²

Trotz dieser «aktiven Anlehnung» an ein bekanntes Vorbild erhielten viele dieser Zeichnungen einen Preis. Damit kommt die positive Haltung der Jury zu einem als pädagogisch wertvoll eingestuften Autor und dessen Werk zum Ausdruck, das aufgrund seiner fantasieanregenden Inhalte und Gestaltungsformen als Grundlage für «eigenständige» Zeichnungen durchaus goutiert wurde. Der starke Rückgriff auf Kreidolf und weitere reformpädagogische BilderbuchautorInnen wie Sibylle von Olfers oder Elsa Beskow verdeutlicht auch die tiefe Verbundenheit Schweizer SchülerInnen mit deren Werken, die sie von der Schule und Zuhause kannten. Sicher galt vielen Teilnehmenden die Freude am Anfertigen einer fantasievollen Zeichnung mindestens genauso viel, wie mithilfe einer «gelungenen» Zeichnung einen Preis zu erlangen.

Die nachhaltige Wirkung damals etablierter Bewertungskriterien für Wettbewerbszeichnungen wie Authentizität hielt sich über die Jahrzehnte; erst um die Jahrtausendwende zeichnete sich ein gewisser Wandel ab:

«Das aus der bildenden Kunst und der Reformpädagogik inspirierte Kriterium <Authentizität> oder <Wahrhaftigkeit> zur Beurteilung von Kinderzeichnungen wird in der neueren Forschung zur Kinderzeichnung als wertendes Urteil durch lebensweltbezogene Kriterien wie lebensgeschichtliche Zusammenhänge sowie Tätigkeitscharakter des Zeichnens und den hiermit verbundenen Konsequenzen für die Persönlichkeitsgenese ersetzt.»³



Hilde T., 14, «Der Ringelreih'n der Frühlingsblumen», Pestalozzi-Kalender-Wettbewerb, 1926, Archiv der Kinder- und Jugendzeichnung, Stiftung Pestalozzianum.

² Lehninger, Anna: Zeichnungen nach eigener Fantasie. Motive Ernst Kreidolfs in Kinderzeichnungen zwischen 1923 und 1956. In: Christine Lötscher, Petra Schrackmann, Ingrid Tomkowiak u.a. (Hg.): Übergänge und Entgrenzungen in der Fantastik. Münster 2014 (Fantastikforschung, Band 1), S. 483-497, hier S. 492-494.

³ Peez, Georg: Kinderbilder im Wettbewerb. Zum Umgang mit ästhetischen Produkten von Heranwachsenden innerhalb ökonomischer Verwertungsinteressen. In: Neue Sammlung. Vierteljahresschrift für Erziehung und Gesellschaft, 3 (1997), S. 395-406, hier S. 400.

Das Zusammenwirken zeichnerischen Handelns mit den ökonomischen Interessen des Veranstalters wird in den historischen Bildern evident, vor allem wenn man auf die Rückseiten blickt. Oftmals wurden dort Teilnahme-coupons, Produktetiketten oder andere Hinweise auf den Wettbewerbsveranstalter angebracht; zum Teil sogar in eigene Bilderfindungen umgedeutet. Neben dem Absatz eines Produktes – im genannten Fall des *Pestalozzi-Schülerkalenders* – dessen Kauf Bedingung für die Teilnahme war, galt es, der LeserInnenschaft einen Ansporn zu kreativem Handeln in verschiedenen Gestaltungswettbewerben in Form von Natur- und Fantasiezeichnen oder Scherenschnitt zu liefern. Schliesslich führte die Auslobung von begehrten Preisen, um welche die TeilnehmerInnen konkurrierten, zu Bildwerken, in welchen gestalterischer und kommerzieller Wettbewerb untrennbar miteinander versponnen sind. Das Kalkül vieler TeilnehmerInnen, mit einer «gefälligen» Zeichnung einen Preis zu gewinnen, ist sicher nicht von der Hand zu weisen, wobei die Freude am Zeichnen und die Idee eines Wettkampfes ehrenhalber ebenfalls eine Rolle gespielt hat. Schliesslich nahmen auch Kinder, die bereits einen Preis beim Pestalozzi-Kalender-Wettbewerb gewonnen hatten und somit keinen weiteren Hauptpreis bekommen konnten, weiterhin daran teil, auch wenn es für sie keine materiellen Gewinnchancen mehr gab.

Im, durch und nach dem Wettbewerb

Das komplexe Phänomen «Wettbewerb» wird vom Volkskundler Markus Tauschek auf den Punkt gebracht, der Wettbewerbe in ihrer wirtschaftlichen und kulturellen Doppelbedeutung aufschlüsselt. Er benennt hierbei:

«Einerseits Wettbewerbe im Sinne eines spielerischen oder künstlerischen Wettstreits oder sportlichen Wettkampfs – etymologisch: um die Wette laufen. Auf der anderen Seite die Bezeichnung für einen ökonomischen Prozess im Kontext von Leistung, Waren, Käufern, Preissteigerung, Konsum etc.»⁴

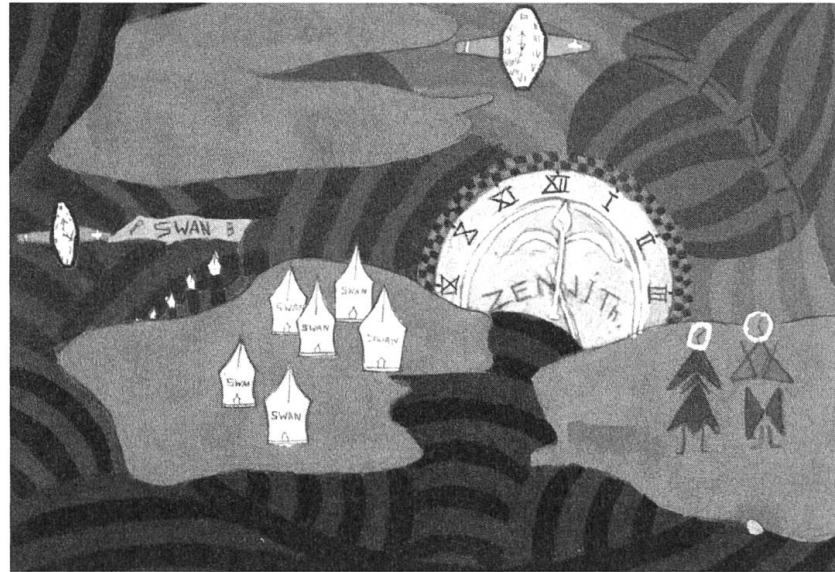
Übertragen auf den Zeichenwettbewerb ist es der Aspekt der Leistung im kreativen wie im kommerziellen Sinne, der die Veranstaltung am deutlichsten prägt. Mit der Erstellung einer Zeichnung wird eine kreative Leistung erbracht, die wiederum durch den Kauf bedingt wird und zu einem solchen führt. Schliesslich wird der Schülerkalender gekauft, in dem die eigene Zeichnung abgebildet ist, zumal sich darin die Jahresmarke für eine weitere Teilnahme fürs Folgejahr befindet.

Die Ambivalenz zwischen pädagogisch motivierter Anregung und kommerziellem Kalkül in der Bewertung und schliesslich Verwertung der Zeichnungen zu Werbezwecken ist seit jeher integraler Bestandteil von Wettbewerben. Zeichnungen, die nicht selbständig angefertigt wurden, respektive «direkte Kopien nach Vorlagen»⁵ darstellten, wurden in der Vergangenheit

⁴ Tauschek, Markus: Wettbewerbskulturen. Eine kulturanthropologische Problemskizze. In: Zeitschrift für Volkskunde, 2 (2012), S. 177–197, hier S. 181–182.

⁵ Pestalozzi-Kalender Schatzkästlein. Bern 1942, S. 117.

von den diversen Veranstaltern jahrzehntelang als unredliche Unterwanderung der Ehrlichkeit im Wettbewerb strikt abgelehnt. Immerhin ging es dabei um durchaus attraktive Sach- und Geldpreise. Wie tolerant oder restriktiv dabei mit der Auslegung dieses Diktums umgegangen wurde und von welchen Faktoren ein mildes Durchwinken einer Zeichnung nach Vorlage oder eine besorgte Nachfrage bei den Eltern bis zur Ablehnung des eingereichten Bildes abhing, lässt sich nur schwer nachvollziehen. Juryprotokolle aus der Vergangenheit sind nicht erhalten; bestenfalls geben die Gewinnerlisten Einblick in das Auswahlverfahren. Erst in jüngerer Zeit geben auch Protokolle Einblick in die Beurteilung der Jury und werden nach Wettbewerben archiviert. Auch die Zusammensetzung der Jury – meist bestehend aus einer oder mehreren Mitarbeitenden des Unternehmens, einer Lehrperson, eines/einer KünstlerIn, JournalistIn oder Prominente(n) – ist selten dokumentiert, was die Nachwelt über die inhaltliche Ausrichtung des Preisgerichtes im Unklaren lässt.



Erwin S., 14, «Hänsel und Gretel träumen vom Pestalozzi-Preis», Pestalozzi-Kalender-Wettbewerb, 1927, Archiv der Kinder- und Jugendzeichnung, Stiftung Pestalozzianum.

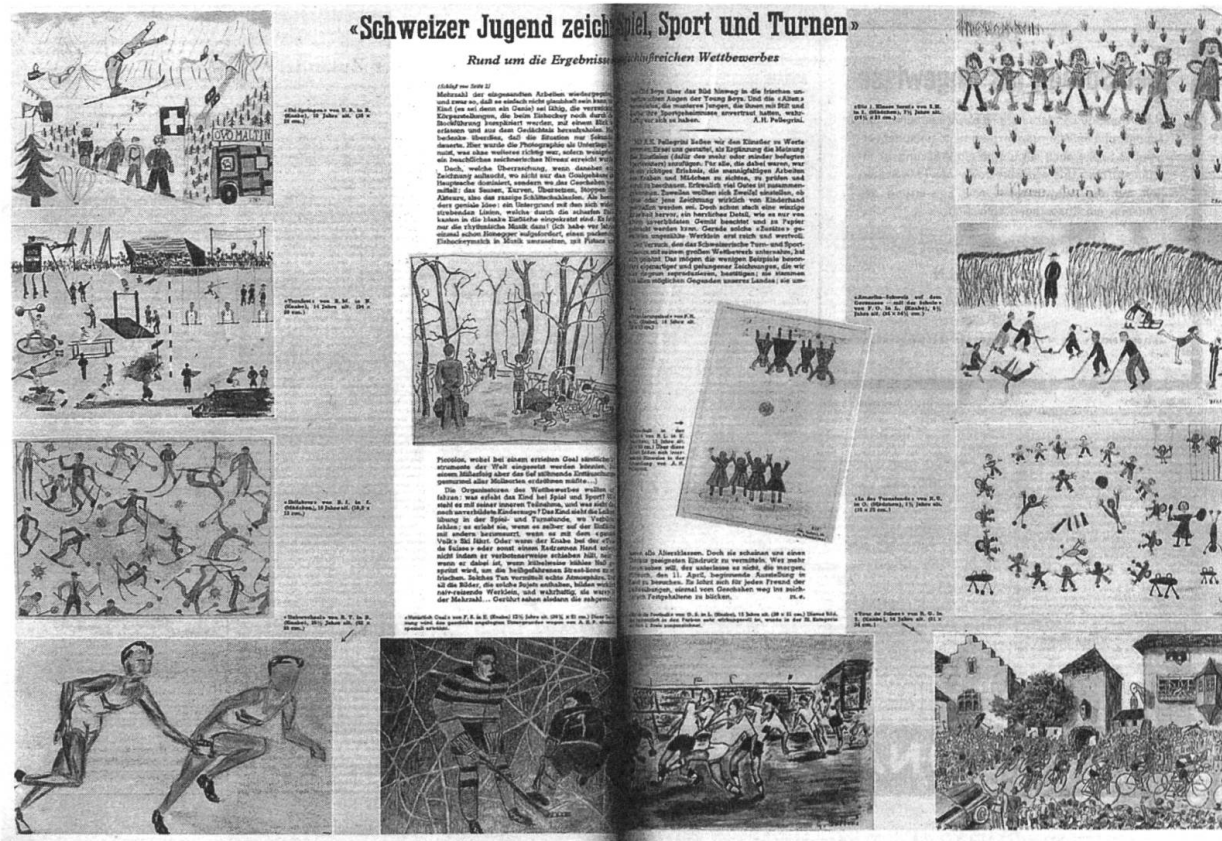
Ähnlich verhält es sich – wie eingangs erwähnt – mit den Zeichnungen selbst, deren Deutungshorizont ohne weitere Angaben auf subjektive Eindrücke beschränkt bleibt. Für den Wettbewerb von 1927 hat der 14-jährige Erwin S. eine Zeichnung eingereicht, auf der Hänsel und Gretel vom Pestalozzi-Preis träumen.

In einer abstrahiert bunten Traumlandschaft stehen die zwei titelgebenden Kinderfiguren auf einer wolkenartigen Formation und blicken auf eine riesige Zenith-Taschenuhr, zwei Armbanduhren und einige Swan-Füllfedern, die über Jahrzehnte beliebte Preise des *Pestalozzi-Kalenders* waren. Selbst die Köpfe der beiden Kinder sind aus kleinen Uhren gebildet. Der Zeichner lässt offen, ob die Uhrenköpfe als Sehnsucht nach dem begehrten Preis oder als bewusste Satire auf dessen Begehrtheit gemeint sind. Schliesslich wurden die Uhren von den Gewinnern nachweislich ein Leben lang getragen oder sogar als Familienerbstücke weitergereicht.

Während der Traum vom Preisgewinn in dieser oder ähnlicher Form von den Zeichnenden selbst zum Bildmotiv erklärt wurde, brachten die Veranstalter selbst auch laufend neue Facetten des Wettbewerbs als Bildmotiv ein. So fand das Thema «Sport» ab den 1950er-Jahren auch in Gestaltungswett-

bewerben vielfältige Resonanz. Sportliche Wettkämpfe in verschiedensten Disziplinen, die Tätigkeit der Juroren, die Siegerehrung sowie der Traum von sich selbst als Gewinner des – sportlichen wie auch gestalterischen – Wettkampfes wurden zeichnerisch festgehalten.

Der *Tip*, ein reich illustriertes Sportmagazin, setzte als Schlusspunkt eines Wettbewerbs den Vergleich einiger Bilder untereinander auf eine Doppelseite. Auf dieser wurden – quasi als Weiterführung des Wettbewerbs – Bewertungskriterien angedeutet und Beobachtungen aus den Zeichnungen dokumentiert:



«Schweizer Jugend zeichnet Spiel, Sport und Turnen», *Tip*, 10. April 1951, S. 16–17.

«Erfreulich viel Gutes ist zusammengekommen. Zuweilen wollten sich Zweifel einstellen, ob diese oder jene Zeichnung wirklich von Kinderhand geschaffen worden sei. Doch schon stach eine winzige Einzelheit hervor, ein herrliches Detail, wie es nur von einem unverbildeten Gemüt beachtet und zu Papier gebracht werden kann. Gerade solche <Zusätze> gestalteten ungezählte Werklein erst reich und wertvoll.

Der Versuch, den das Schweizerische Turn- und Sportmuseum mit seinem grossen Wettbewerb unternahm, hat sich gelohnt. Das mögen die wenigen Beispiele besonders eigenartiger und gelungener Zeichnungen, die wir hier ringsum reproduzieren, bestätigen; sie stammen aus allen möglichen Gegenden unseres Landes; sie umfassen alle Altersklassen.»⁶

⁶ M.E.: Schweizer Jugend zeichnet Spiel, Sport und Turnen. Rund um die Ergebnisse eines aufschlussreichen Wettbewerbs. In: *Tip*, 15 (10. April 1951), S. 16–17, hier S. 17.

Mit der publizierten Bildauswahl wurde wiederum – einer Ausstellung oder Publikation vergleichbar – eine weitere Selektion «bester Arbeiten» vorgenommen und verbreitet.

Wettbewerb in der Kinderzeichnung

Das kommerzielle Interesse der Veranstalter, das sich aus der dauerhaften Leser- beziehungsweise Kundenbindung und der Absatzerhöhung eines bestimmten Produktes zusammensetzt, wird ebenfalls in den Bildern reflektiert und auch karikiert. In einem Collage-Wettbewerb, den die Emmentaler

Haferfirma *Kentaur*

1963 zur Bewerbung des neuen Produktes *Rapidflöckli* lancierte, werden die bisher genannten Facetten des Phänomens Wettbewerb untrennbar verknüpft. Als Grundlage der Gestaltung mussten mindestens vier kleine orange Kartonfiguren gesammelt werden, die einzeln den *Rapidflöckli*-Packungen beigelegt waren. Die Figuren stellten das Firmenlogo von *Kentaur* dar, das auf antike Kentauren-Darstellungen

zurückgeht. Sie sollten über Wochen oder Monate gesammelt und dann auf einen selbst gemalten Hintergrund im A4-Format geklebt werden. Nicht wenige der über 500 erhaltenen Collagen befassen sich mit der Bildsprache von Werbung. Die Kentauren werben für die Haferflocken, nehmen Werbeslogans auf und erscheinen in Bildszenen, die Werbefilmen gleichen. So umringen die Figuren in einem Bild eine Frau, die eine Schale mit Haferflocken trägt und die Mutter der kleinen Kentauren darstellt.

Ausgestattet sind sie mit kleinen Fahnen, welche Werbesprüche für die Flocken tragen. Die Szene erinnert frappant an TV-Spots mit der Familie, die bei einer Mahlzeit zusammentrifft und die Vorzüge des beworbenen Produktes preist. Die Verstrickung von Werbesprache, der Verwendung von Werbemitteln in Form des Firmenlogos und schliesslich dessen Einbindung in die bildliche Gestaltung markieren hier die endgültige Synthese wettbewerblichen Handelns und Gestaltens in der Kinder- und Jugendzeichnung.



Laurette S., 14, «Le bon déjeuner <CENTAURE> tout attendu», Kentaur-Wettbewerb, 1963/64, Archiv der Kinder- und Jugendzeichnung, Stiftung Pestalozzianum.