Faszination Schweizer Souvenirs

Das Schweizerhaus als Andenken

Von Franziska Nyffenegger

Das Schweizerhaus als Andenken

Kleine Chalethäuschen gehören seit dem frühen 19. Jahrhundert zum Souvenirsortiment im Berner Oberland. Die Miniaturmodelle typischer Holzbauten scheinen den Kupferstichen der Kleinmeister entsprungen. Sie machen die Vorstellung vom arkadisch-idyllischen Leben in der Alphütte greifbar und transportierbar.

Der vorliegende Beitrag erzählt, wie sich Form und Funktion solcher Andenkenchalets im Laufe von fast zweihundert Jahren Tourismusgeschichte verändern. Wer reist, will etwas nach Hause bringen, nicht nur Erlebtes und Erzählbares, auch ganz Handfestes: Andenken und Mitbringsel. So gehört das Souvenir zu den ältesten seriell hergestellten Dingen, neben dem Ziegelstein. In der Antike sollen Reisende aus Tempeln und Statuen kleine Stücke ausgebrochen haben, so wie manche heute an Stränden Muscheln sammeln. Um grössere Schäden zu verhindern, begannen die Verwalter der Kultstätten Miniaturen aus Lehm und Ton zu fertigen und sie den Besuchern zu verkaufen. Solche Souvenirs wurden bereits im zweiten Jahrhundert vor Christus beispielsweise in Alexandria und später im ganzen römischen Reich zu Tausenden verkauft, überall dort, wo es Sehenswürdigkeiten gab.

Schweizer Souvenirs

Auch die frühen Schweiz-Reisenden stellten ihre Andenken zunächst selbst her: Mineraliensammlungen und Herbarien, Zeichnungen und Gedichte.

Die Einheimischen scheinen rasch verstanden zu haben, dass sich mit dem Souvenirwunsch der Fremden ein gutes Geschäft machen lässt. Bereits gegen Ende des 18. Jahrhunderts wurden im Jungfraugebiet entlang der bekannten Wanderrouten, an Aussichtspunkten und in den Gasthöfen noch kaum verarbeitete Andenken feilgeboten: Bergkristalle, Gemsfelle oder Alpenrosen. Meist waren Kinder für den Verkauf zuständig, wie Reisende berichten und wie auf der um 1803 entstandenen Umrissradierung «Der Staubbachfall» von Kleinmeister Franz Niklaus König zu sehen ist.
Bald tauchten im Sortiment der fliegenden Händler auch kunsthandwerkliche Gegenstände auf. Im Märchen «Die Eisjungfrau», verfasst 1861 nach einer Reise in die Schweiz, beschreibt Hans Christian Andersen den Aufstieg von Zweilütschinen nach Grindelwald wie folgt: «Zu beiden Seiten des Weges, der bergan führt, stehen Blockhäuser, jedes Haus hat seinen Kartoffelgarten, und dieser ist unentbehrlich, denn viele Münder gibt es in den Hütten. Überall kommen Kinder zum Vorschein, drängen sich aus den Häusern und scharen sich um die Reisenden, mögen diese zu Fuss oder zu Wagen sein. Die ganze Kinderschar treibt Handel, die Kleinen bieten geschnitzte Häuserchen feil, wie man sie hier im Gebirge baut. Mag es Regen oder Sonnenschein sein, die Kinderschar ist immer da mit ihrer Ware.»

Armut und Hunger, wie sie in Andersens Text aufscheinen, gelten als eigentliche Treiber der Oberländer Souvenirindustrie. Im Krisenjahr 1816/17 soll der Brienzer Drechsler Christian Fischer auf die Idee gekommen sein, den immer zahlreicheren und gut betuchten ausländischen Gästen beschnitzte Alltagsgegenstände als Souvenirs zu verkaufen.

In einem Brief an das Departement des Innern der Republik Bern von 1842 erinnert er sich: «Noth ist die Mutter der Erfindungen. Als in den Jahren der Theuerung von 1816 und 1817 der Exponent für den Unterhalt seiner Familie kaum nothdürftig mehr zu sorgen wusste, kam er auf den Gedanken Holzschnitzeleien zu verfertigen; sein erstes Werk der Art war ein Becher von Ahornholz, den er am 20. Juli 1816 einer Herrschaft von Braunschweig um einen nicht unansehnlichen Preis verkaufte.»

Die Brienzer Schnitzerei ist nicht, wie in populärwissenschaftlichen Schriften häufig behauptet wird, ein seit alters ausgeübtes Kunsthandwerk, sondern entstand erst zu Beginn des 19. Jahrhunderts mit dem aufkommenden Tourismus. Noch um 1790 scheiterten Versuche des Berner Kommerzienrats, in der Region Interlaken gewerbliche Tätigkeiten, namentlich im Bereich der Kleinschreinerei, auszubilden. Die Einheimischen kauften hölzerne Schachteln – so genannte «Holzdrucken» – und anderes mehr lieber auf den Jahrmärkten bei Händlern aus dem Schwarzwald und dem Tirol, als sie selbst herzustellen. Eine historische Quelle hält fest: «In dieser Gegend weiss man [um 1780] nichts von Fabriken und Manufakturen noch auch von Künsten und Gewerbschaften, ausser den zu menschlichen Bedürfnissen unentbehrlichen, weil sie aus Verachtung nicht dazu ausgelegt sind.»

Erst Missernten, Elend und Not, ausgelöst durch einen Vulkanausbruch in Indonesien, vermochten den Heimfleiss der Oberländer Bergbauern anzuregen. Die wenig erfolgreichen behördlichen Bemühungen in Sachen «Holzdruckenware» haben aber wohl immerhin den Boden bereitet für die später so erfolgreiche «Hüüslischnitzerei».

Chalet en miniature

Ob das Fertigen von Erinnerungsdingen für die Fremden seinen Anfang in Brienz oder im Lauterbrunnental genommen hat, wird unterschiedlich erzählt. Entlang der Grossen Oberlandtour, d.h. auf der Route von Unterseen nach Grindelwald über die Grosse Scheidegg nach Meiringen und zurück an den Thunersee, fanden sich um 1820 vielerorts Andenkenverkäufer. Es scheint wahrscheinlich, dass die unterschiedlichen Schnitzler-Traditionen – die figürliche Schnitzerei, das Ornamentschnitzen und die Herstellung von «Schweizerhäuserchen» – in verschiedenen Tälern gleichzeitig entstanden sind.

Klar ist, dass sich die Holzschnitzerei als Souvenirindustrie rasch entwickelt und verbreitet hat. Bereits Mitte des 19. Jahrhunderts beschäftigte sie allein am oberen Brienzersee mehrere hundert und in der ganzen Jungfrau Region rund 2000 Männer. Der Berner Kantonsbaumeister Friedrich Salvisberg meint 1868 in einem Bericht zuhanden der Direktion des Innern, der Ursprung der Oberländer Schnitzerei sei in der traditionellen Holzarchitektur zu finden. Sie habe die Bauern auf die Idee gebracht, Miniaturen ihrer Häuser sowie andere hölzerne Dinge anzufertigen. Salvisberg verweist auch auf die Vielfalt der Produktion: «Die Mannigfaltigkeit in der Fertigung von Gegenständen ist sehr gross. (…) Wer kennt nicht die freundlichen Schweizerhäuschen, die in verschiedener Grösse und nach allen historischen Formen, wie die betreffenden Landschaften sie bieten, dargestellt werden, die Kassetten, Schatullen, Schachteln, die Uhrgehäuse, Spieldosen, Etagèren, Rahmen für Spiegel, Portraits, Konsolen, Mosaiken, Marketterien, alle möglichen Gerätschaften, wie Löffel, Gabel, Messer, Servicebänder, Nadelbüchsen, Körbchen, Teller, Becher, Vasen, allerhand Gefässe, verzierte Tische.»

Einzelne Schnitzler und ganze Dörfer, hatten sich auf bestimmte Sujets spezialisiert: Guttannen zum Beispiel auf Gemsen, Oberried auf Salatbestecke und Iseltwald auf die Produktion von Souvenirchalets. Chaletminiaturen, oder «Schweizerhäuschen», werden streng genommen nicht geschnitzt, sondern geschreinert. Daher gehörten die «Hüüselischnitzler» nicht zu den eigentlichen Holzbildhauern, sondern bildeten einen eigenen, heute komplett ausgestorbenen Berufsstand.

Ihre Arbeit war derjenigen von Architekten ähnlicher als der von Holzbildhauern. Sie bestand im Wesentlichen aus der Herstellung von vielen verschiedenen, kleinen und kleinsten Einzelteilen und dem passgenauen Zusammenfügen derselben. Als Kleinschreiner stellten die «Hüüselischnitzler», je nach Auftragslage, auch Schulschachteln oder Mäusefallen her und betrieben neben dem Handwerk meist einen kleinbäuerlichen Betrieb. Die Andenkenchalets verkauften sie in der Regel an Grossisten in Meiringen und Brienz, welche ihrerseits den Souvenirhandel in der ganzen Schweiz bedienten. Sie verfügten über Spezialwissen, etwa zur Behandlung des Holzes und zur seriellen Vorproduktion der einzelnen Teile, das unwiederbringlich verloren ist.

Das Chalet als Erinnerungsort

Viele der historischen Andenkenhäuschen wirken, als seien sie direkt den Stichen der Kleinmeister entsprungen. Liebevoll und detailreich gefertigt verdichten die Miniaturen die Bedeutung des Schweizerhauses als Projektionsfläche arkadischer Träume. Sie geben der Sehnsucht nach dem verlorenen Paradies ein Zuhause. In den Augen der Spätromantik verkörpert das Chalet, materialgerecht und geschmackvoll gebaut, das wahre, ehrliche und reine Leben der Hirten und Sennen. Es ist Sinnbild für die Bewohnbarkeit der erhabenen, aber auch furchterregenden Alpenlandschaft und für die antiurbane Geisteshaltung der frühen Schweiz-Reisenden.

Nach 1848 wird der notabene aus dem Ausland importierte Kunststil Teil der nationalen Identität und das Chalet zum «Urhaus» des Schweizer Volkes. Die Erfindung deutscher, französischer und englischer Architekten mutiert im jungen Bundesstaat. Kein Wunder also fanden die Schweizerhäuserchen bei den immer zahlreicheren Touristen regen Absatz.

Wer sich den Bau eines Souvenirs im Massstab 1:1 nicht leisten konnte – wie etwa Napoleons Gattin Joséphine, die 1803 im Garten von Schloss Malmaison ein bukolisches «Chalet Suisse» errichten liess, oder wie Queen Victoria, die 1853 im Park ihrer Sommerresidenz auf der Isle of Wight ein «Swiss Cottage» in Auftrag gab –, dem brachte die Miniatur immerhin einen Hauch alpiner Freiheit in die städtische Wohnung.

Wie bei anderen Andenken auch nahmen Grösse und gestalterische Qualität mit der Zunahme des Fremdenverkehrs ab. Die Häuschen schrumpften gegen Ende der «Belle Epoque» bis auf wenige Kubikzentimeter. Konfektioniert in einfachen Schachteln aus billigem Tannenholz liessen sie sich billig verkaufen und einfach transportieren. Im 19. Jahrhundert repräsentierten Chaletminiaturen die Schweiz nicht nur im Souvenirgeschäft, sondern auch auf internationalen Bühnen. Stolz erwähnten die Brienzer Grossisten auf den Titelseiten ihrer Prospekte die Medaillen, mit denen ihre Produkte an Weltausstellungen ausgezeichnet wurden.
Auch an den Schweizer Landesausstellungen, etwa 1883 in Zürich, waren Schweizerhäuschen «in allen Formen» zu sehen. In Originalgrösse wurde das Chalet aggregiert in Form der «Villages Suisses» zum Emblem solcher Ausstellungen. Ob zweidimensional auf den Stichen der Kleinmeister, ob dreidimensional als Teil der touristischen Infrastruktur oder als Miniatur zum Mitnehmen: Als Bildsymbol prägte das Chalet die Wahrnehmung der Schweiz und war gleichzeitig Ausdruck vorbestimmter Wahrnehmung. Es ist quasi Huhn und Ei zu gleichen Teilen. Nicht zuletzt aus diesem Wechselspiel bezieht es, in grosser und kleiner Ausführung, seinen bis heute anhaltenden Charme.

Schmuckschatulle und Bildraum

Souvenirs haben zunächst keine praktische Funktion. Ihre Funktion ist eine symbolische, eine symbolkommunikative: Sie bewahren und wecken Erinnerungen. Doch weder den Herstellern noch den Käufern scheint das zu genügen. So verfügen viele Andenken über einen sogenannten «Second Use», eine dem Referenzsymbol hinzugefügte Gebrauchsfunktion. Kühe werden zu Milchkännchen, Bären zu Zündholzschachtelträgern, Gemsen zu Vasenornamenten, und vieles mehr

Die Gebrauchsfunktion soll das Souvenir vor einem Dasein als unnützer Staubfänger schützen. Auch Andenkenchalets wurden und werden häufig so gestaltet, dass sie über einen Zusatznutzen verfügen. Allerdings folgt bei der Gestaltung von Gebrauchsfunktionen im Souvenir in der Regel nicht – wie es die Designdoktrin der Moderne fordert – die Form der Funktion, vielmehr wird der Form eine Funktion aufgedrängt.
Hans Kienholz (*1856, †1935), langjähriger Leiter der Brienzer Schnitzlerschule und Vertreter der Kunstgewerbereform, argumentiert, das sei in diesem Fall ein vertretbares Vergehen: «Dieselben [Miniaturnachbildungen von Schweizer-, speziell Bernerhäuschen] sind teils blosse Dekorationsstücke, teils werden sie eingerichtet zu Uhrgehäusen mit Spielwerken oder zu Schmuckkästen usw. Es ist also hier, eigentlich in widersinniger Weise, das Äussere des Gegenstandes nicht dem Zweck angepasst, sondern es ist das umgekehrte [sic] der Fall. Dieser Umstand kann allenfalls damit entschuldigt werden, dass auf diese Art ein sonst reines Luxusobjekt irgendeinem Gebrauchszweck dienstbar gemacht werde.»

Grossistenkataloge aus der Zeit um 1900 listen Andenkenchalets als Schächtelchen für Briefmarken, für Fingerhüte, für Schreibzeug, als Wetterhäuschen, Musikdosen, Weckuhren oder Sparkassen, mit und ohne Figuren, mit und ohne Lackierung und in allen Preisklassen auf. Im Souvenirdesign erweisen sich Bildsymbole als langlebig, ja hartnäckig. Die Zeichen einer Destination scheinen seit dem frühen Fremdenverkehr gesetzt und verändern sich kaum. Im Fall der Schweiz sind es die Zeichen des Alpinen, zu denen auch das Chalet gehört. Dennoch verlangt der Souvenirhandel ständig nach Innovationen. Sie betreffen meist nicht die Bildsymbole und ihre Bedeutung – hier das «Schweizerhaus» als Insignie eines arkadischen Helvetiens –, sondern einzig dessen gestalterische Umsetzung, sowohl stilistisch wie auch in Bezug auf hinzugefügte Gebrauchsfunktionen. Andenkenchalets nehmen in den letzten hundertfünfzig Jahren unterschiedliche Formen an und persiflieren sich dabei selbst, notabene ungewollt wie einige Beispiele zeigen.

Ende des 19. Jahrhunderts wirbt die «Fabrik fein geschnitzter Holzwaren» Ed. Binder & Cie. mit einer «striking novelty»: Als «Rahmen in Perspektive» geben Schweizerhäuschen Einblick in ihr Inneres und Ausblick auf die Berglandschaft. Eine Art Halbrelief zeigt die Einrichtung einer Sennhütte oder einer Alpenstube; im Hintergrund geben Fenster oder Türen die Sicht frei auf eine eingeschobene Ansichtskarte. So verliert das Souvenirchalet einen Teil seiner Dreidimensionalität und geht quasi zurück auf die Bildfläche der Vedute, der es um 1820 entsprungen ist. Die Symbole und ihre Bedeutung verändern sich dadurch nicht; die Botschaft bleibt dieselbe. Weitere hundert Jahre später finden wir einen ähnlichen Mechanismus, wenn auch anders gestaltet, in den so genannten Bildbetrachtern. Hier dient das ständig dem Ruf nach Innovationen.

Sie betreffen meist nicht die Bildsymbole und ihre Bedeutung – hier das «Schweizerhaus» als Insignie eines arkadischen Helvetiens –, sondern einzig dessen gestalterische Umsetzung, sowohl stilistisch wie auch in Bezug auf hinzugefügte Gebrauchsfunktionen.

Hier dient das Chalet als Gehäuse für eine bewegliche Bildscheibe. Es wird zum Plastiskop, zum «Klick-Fernseher», zum Aussichtsfenster.

Gehörte das Schweizerhaus auf den Stichen der Kleinmeister Ende des 18. Jahrhunderts zur Landschaft, respektive zu deren Möblierung, war also Teil des Bildes, wandelt es sich im 20. Jahrhundert zum Bildträger und Blickrichter. Der Betrachter schaut nicht mehr von aussen auf das Chalet, sondern von innen aus dem Chalet hinaus. «Rahmen in Perspektive» und «Gucki» materialisieren den touristischen Blick und geben ihm eine Gestalt: das Schweizerhaus.

Heute finden wir im Genre des Kühlschrankmagneten ein Kondensat früherer Gestaltungen des Chalets als Andenken. Das Wetterhäuschen, die Kuckucksuhr, das Aussichtsfenster: Sie alle sind als Halbrelief in Kunststoff gegossen in vielfältigen Variationen zu haben «made in China».

Der Detailreichtum des 19. Jahrhunderts ist wenigen signifikanten Zeichen gewichen, insbesondere dem omnipräsenten weissen Kreuz auf rotem Grund. Die Bedeutung der kleinen Häuschen hat sich dadurch nicht verändert. Immer noch geht es darum, einen Hauch Schweiz – so wie der touristische Reisende sie sich vorstellt und sieht – nach Hause zu nehmen.

© Schweizer Holzbildhauerei Museum, Brienz - 2022