

Souvenirs aus Luzern

Alexandra Strobel

Abstract

Schon seit Anfang des 19. Jahrhunderts nahmen die zunächst noch wenigen, aber umso zahlungskräftigeren Alpentouristen gerne Souvenirs mit nach Hause. Beliebt waren vor allem Holzschnitzereien, romantisierende Malereien und Landschaftstapeten. Als ab der Mitte des 19. Jahrhunderts die Touristenzahlen anstiegen, vervielfältigte sich auch die Nachfrage nach Souvenirs. In Luzern wurden vor allem geschnitzte Nachbildungen des Löwendenkmals und Landschaftsbilder angeboten. Für ein breiteres Publikum erschwinglich waren auch Kleinpanoramen, Dioramen und natürlich die seit etwa 1870 allgegenwärtigen Postkarten. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ging der Trend teilweise zu Artikeln, die mit der Schweiz herzlich wenig zu tun hatten (etwa Schwarzwälder Kuckucksuhren oder Hummel-Porzellan-Figuren), seit den 1990ern dann vor allem zu «praktischen» Souvenirs wie Taschenmessern und Schokolade. Doch nicht nur für die Touristen sind die Andenken praktisch; auch die lokale Industrie profitiert von ihnen: direkt durch Produktion und Verkauf – das grösste Souvenirgeschäft Luzerns zählt jährlich eine Million Besucher –, aber auch indirekt durch ihren Werbeeffekt im Ausland.

Keywords

Souvenirs, Andenken, Tourismus, Industrie, Alpen, Postkarten, Löwendenkmal, Swissness, Werbung

Dieser Text erschien 2007 in der Reihe «Ins Licht gerückt» und wurde im Auftrag des Vereins Freunde des Historischen Museums Luzern von Alexandra Strobel, Konservatorin Historisches Museum Luzern, verfasst.



Creative Commons Lizenzvertrag

Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

Ins Licht gerückt:

Souvenirs aus Luzern

«Souvenirs, Souvenirs» heisst ein bekannter Schlager von Bill Ramsey aus dem Jahr 1959, in dem er sich über die grenzenlose Kauflust von Touristen lustig macht. Doch wer kann schon Souvenirs widerstehen? Über die Qualität von Souvenirs, die stark dem jeweiligen Zeitgeist unterliegen, lässt sich streiten. Bereits 1878 beklagte sich beispielsweise der amerikanische Schriftsteller Mark Twain¹ über das Souvenirangebot in Luzern: «Luzerns Handel liegt hauptsächlich auf dem Gebiet des Firlefanzes von der Andenkensorte; die Läden sind mit Bergkristall, Ansichtskarten und Holz- und Elfenbeinschnitzereien vollgepackt. Ich will nicht verschweigen, dass Miniaturnachbildungen des «Löwen von Luzern» in ihnen zum Verkauf ausliegen. Millionen davon. Aber jede einzelne ist eine Schmähung. Das majestätische Pathos des Originals hat ein subtiles Etwas, das der Kopist nicht wiedergeben kann.»

Erste Schweizer Souvenirs

Bereits in den Anfängen des Alpentourismus nahmen die Reisenden Andenken mit nach Hause. Mit Pinsel und Zeichenstift hielten sie die besuchten Orte gleich selbst fest. Im Zeitalter der Romantik (ca. 1790–1848) gingen die vermögenden Reisenden dazu über, Andenken zu kaufen. Zwar waren die Touristen anfangs des 19. Jahrhunderts noch rar, sie waren aber sehr zahlungskräftig und konnten sich grosse und teure Andenken wie Bilder, Tapeten oder sogar ganze Häuser leisten. So liess sich bei-

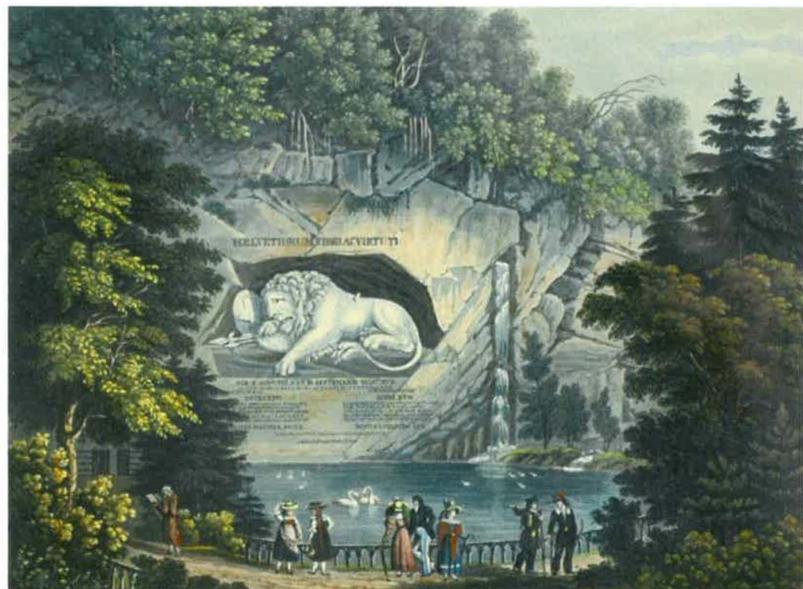


Abb. 1: Kolorierte Lithographie des Löwendenkmals von Wilhelm Oppermann (1786–1852), ca. 1830–1850. (HMLU 11946).

spielsweise König Wilhelm I. von Württemberg 1822 ein originalgetreues Berner Bauernhaus in seinem Schlosshof aufbauen, während sich die englische Königin Victoria in den 1830er Jahren ein Schweizer Chalet im Park von Osborne House aufstellen liess.

Zu den frühesten touristischen Reisezielen in der Schweiz gehörte das Berner Oberland. Die Region Brienz etablierte sich bereits im ersten Viertel des 19. Jahrhunderts als Zentrum der Holzschnitzerei. Durch die Verbreitung von Geschäften mit Briener Holzschnitzereien in der ganzen Schweiz galten diese schnell als die Schweizer Souvenirs schlechthin. Neben den Holzschnitzereien gehörten bald auch Veduten zu den begehrten Andenken. Im Zentrum der Darstellungen standen romantisierende Genreszenen, die vor einem idealisierten Stadtpanorama oder einer Landschaft spielten

und mit hübschen Chalets oder Bergpanoramen ergänzt wurden. Kleinmeister wie Johann Ludwig Aberli (1723–1786), Sigmund Freudenberger (1745–1801), Kaspar Wolf (1735–1783) oder Franz Niklaus König (1765–1832) stellten diese Bilder her. Sie wurden als Aquarelle, Aquatinten oder für grössere Auflagen als Kupferstiche (z. T. handkoloriert) und Kreidelithographien angefertigt. Sie waren gleichzeitig wichtige indirekte Werbeträger für die Schweizer Alpenregionen. Als besonders kostspielige Souvenirs für die Salons und Wohnzimmer der Oberschicht waren seit dem Anfang des 19. Jahrhunderts die im Elsass hergestellten Rixheimer Tapeten gefragt. Sie zeigten vorwiegend romantische Schweizer Alpengenerien mit Hirten und Alphütten. Zu den berühmtesten zählen «La Petite Helvétie» und «Vue des Suisses» (beide um 1820).

¹ Mark Twain, Tagebuch 1878. Zitiert nach Michael Riedler, *Idyllisches Luzern*, S. 96.



Abb. 2: Holzrelief des Löwendenkmals mit Inschrift, unbekannter Hersteller, 2. Hälfte 19. Jahrhundert. (HMLU 5275).

Das kleine Andenken setzt sich im 19. Jahrhundert durch

Neben dem blühenden Handel mit Bildern gab es bald auch ein breites Angebot an plastischen Souvenirs. Erste aus Holz geschnitzte Löwendenkmäler wurden in Luzern bereits in den 1820er Jahren verkauft. Durch die steigenden Tourismuszahlen ab der Mitte des 19. Jahrhunderts vergrösserte sich das Souvenirangebot ständig. Holzschnitzereien, Töpferwaren und Landschaftsbilder waren in der Belle Epoque (1870–1914) besonders beliebt. Viele Maler verdienten ihren Lebensunterhalt als Landschafts- und Genremaler in den Hotels und auf den Hotelpromenaden. Einer der erfolgreichsten war der Innerschweizer Jakob Josef Zelger (1812–1885), dessen Atelier sich gleich neben dem Hotel Schweizerhof in Luzern befand. Er malte auch Bilder für den bayerischen König Ludwig II. und die englische Königin Victoria. Sehr bekannt waren auch der Luzerner Jakob Schwegler (1793–1866) und dessen Sohn Xaver Schwegler (1832–1902).

Um 1870 kamen die millionenfach produzierten Postkarten auf. In kurzer Zeit lösten sie die in kleinen bis mittleren Auflagen hergestellten Druckgrafiken an Beliebtheit ab. Seit den späten 1880er Jahren ersetzte auf der Vorderseite der Postkarte immer mehr die Fotografie das gemalte Bild. Wegen des Postgeheimnisses mussten die

Grusszeilen bis 1905 auf die Vorderseite geschrieben werden. Die Postkarte diente nicht nur als Grusskarte, sondern war für die Touristenorte auch ein wichtiger indirekter Werbeträger. 1910 wurden in der Schweiz über 102 Millionen Ansichtskarten verschickt, 1970 70 Millionen und heute noch 35 Millionen. Durch die immer kürzere Aufenthaltsdauer an einem Ort nehmen sich heute viele Leute kaum noch Zeit, Karten zu schreiben. Zudem sind Handys, MMS und Internet starke Konkurrenten, da sie wesentlich billiger und schneller Nachrichten und Bilder verschicken können.

Souvenirs für die breite Masse im 19. Jahrhundert – Panoramen und Dioramen

Die teuren Tapeten und Veduten waren nur einem beschränkten Personenkreis zugänglich. Um die Schweiz als schönes Reiseland auch einem breiteren Publikum bekannt zu machen, wurden seit dem frühen 19. Jahrhundert grossflächige Landschaftsdarstellungen und Panoramen hergestellt. Bereits 1792 konnte in London ein erstes Grosspanorama mit idealisierten Bergen und pittoresken Landschaftsansichten bewundert werden. In Luzern erfreute sich das 1889 eröffnete Bourbaki-Panorama grosser Beliebtheit. Neben den Grosspanoramen waren auch Kleinpanoramen gefragt. 1804 veröffentlichte der Zürcher Heinrich Keller die erste Ausgabe seines später weltberühmten Rigi-Panoramas. Weitere Panoramen von ihm und anderen Malern folgten. Bald gehörten diese auch zur Ausstattung der Reiseführer. Dank der grossen Nachfrage verdienten die Panorama-Hersteller bis Ende des 19. Jahrhunderts gut.

Der Berner Maler Franz Niklaus König erfand um 1810 das Transparenten-Kabinett. Die kleinen beweglichen und transparenten Bilder in Aquarell-Technik wurden von

hinten beleuchtet und zeigten romantische Schweizer Landschaften und Trachten. Das Interesse an diesen Transparenten-Kabinetten war so gross, dass der Erfinder seine Kunst in verschiedenen Städten der Schweiz und Deutschlands zeigte und sogar an den Hof des Königs von Württemberg eingeladen wurde.

Ein Publikumsrenner war im 19. Jahrhundert auch das 1820 von Jacques Daguerre erfundene Diorama. Konstruiert als überdimensionierter Guckkasten wirkten die darin ausgestellten Gemälde mittels eines ausgeklügelten Belichtungssystems dreidimensional. Zusammen mit originalgetreuen Häusern, Menschen und Tieren, begleitet von schweizerischem Jodeln und Alphornblasen, entstanden illusionäre Schweizer Alpenszenen. In Luzern gab es ab der Mitte des 19. Jahrhunderts zwei Dioramen. Das Meyer'sche Diorama (1854) zeigte verschiedene Alpenlandschaften der Region und der Schweiz. Seit 1905 sind diese im Alpineum (ehemaliges Löwendenkmal-Museum) zusammen mit anderen Alpengemälden des Kunstmalers Ernst Hodel senior zu sehen. Das Stauffer'sche Museum (heute Old Swiss House



Abb. 3: Postkarte von Luzern, um 1900. (HMLU G 2212).

am Löwenplatz) zeigte zwischen 1859 und 1888 ausgestopfte Alpentiere vor einer beeindruckenden Alpenkulisse. Panoramen und Dioramen blieben bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts in den europäischen und amerikanischen Grossstädten Publikumsrenner, bis sie durch den Film abgelöst wurden.

Souvenirs im 20. und 21. Jahrhundert

Postkarten und Holzschnitzereien waren bis nach dem Zweiten Weltkrieg die beliebtesten Souvenirs. Abgesehen vom Dauerverkaufsschlager «Schweizer Uhren» sind viele der zwischen 1950 und 1980 meistverkauften Souvenirs völlig unschweizerisch: Englische Messingartikel (1950er Jahre), bayerische Bierhumpen mit eingelassenen Ansichten Luzerns oder Schweizer Helden, Schwarzwälder Kuckucksuhren (Boom dank Oberammergauer Festspielen), deutsche Hummel-Porzellan-Figuren (Kinder- und Engelsujets), spanische Lladro-Porzellan-Figuren oder deutsche Holzfiguren (z.B. Nussknacker). In den 1960er und 1970er Jahren bestand auch ein grosser Absatz für die Luzerner Casiboy-Holz-Figuren (50 Sujets



Abb. 4: Spanische Lladro-Porzellan-Figur. (Gift Shop Casagrande Luzern).

wie Jodler, Alphornbläser etc.) und Schweizer Musikdosen.

In den 1980er Jahren waren Schweizer Klein-Souvenirs (z.B. Kuhglocke, Alphorn, Matterhorn oder Alphornbläser), Schweizer Militär-Taschenmesser und Stickereien (v. a. bei Asiaten) gefragt. Die Tendenz geht seit den 1990er Jahren in Richtung «praktische» Souvenirs, die nicht nur aufgestellt, sondern im täglichen Gebrauch verwendet werden können. Swissness-Produkte (v. a. T-Shirts), Schweizer Military Uhren, Militär-Taschenmesser und Schokolade sind seit den 1990er Jahren Verkaufsschlager. Grosse Nachfrage besteht weiterhin nach den Schwarzwälder Kuckucksuhren. Billigsouvenirs werden mittlerweile weitgehend in Asien hergestellt, Qualitätssouvenirs in Europa.



Abb. 5: Bayerischer Bierhumpen mit eingelassener Ansicht Luzerns, 1950er Jahre. (HMLU 12693).

Jedem sein Andenken

Bei den Souvenirs lassen sich nationale Unterschiede feststellen. Asiaten kaufen heute vor allem Schweizer Militär-Taschenmesser (Ausnahme Japaner), Armbanduhren und Schokolade. Nordamerikaner lieben Kuckucksuhren, In der Stickereien und Kuckucksuhren. Asiaten erstehen zudem meist mehrere Stücke desselben Artikels. Europäer bevorzugen Postkarten und ortsbezogene Billigsouvenirs. Gut laufen bei allen Nationen die Swissness-Artikel (v. a. T-Shirts).



Abb. 6: Schwarzwälder Kuckucksuhr, 2006. (Gift Shop Casagrande Luzern).

Erste Souvenirgeschäfte in Luzern

Die ersten Souvenirgeschäfte Luzerns befanden sich an der Löwenstrasse und beim Löwendenkmal. Einzige Ausnahme war das Geschäft der Witwe Schnarrwyler bei der Kapellbrücke. Bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs waren die meisten Souvenirhändler gebürtige Berner Oberländer. Dies lag daran, dass die bei den Touristen sehr beliebten Holzschnitzereien ursprünglich aus dem Berner Oberland stammten und durch die Eröffnung von Geschäften ausserhalb der Region in der ganzen Schweiz verbreitet wurden. Erst nach 1945 gab es erste Souvenirgeschäfte in der Altstadt.

Casagrande & Co. – ältestes Souvenir Unternehmen Luzerns, das noch im Familienbesitz ist

Das 1950 vom englisch-luzernischen Ehepaar Kyra und Carlo Casagrande gegründete Souvenirge-

Abb. 7: Luzerner Casiboy-Holz-Figur, Sujet «Senn». (Gift Shop Casagrande Luzern).



schäft an der Hertensteinstrasse 35 war eines der ersten, die nach 1945 in der Altstadt eröffnet wurden. Es ist gleichzeitig das älteste sich noch im Familienbesitz befindende Souvenirgeschäft Luzerns. Das ursprüngliche Sortiment umfasste englische Messingwaren und Artikel wie Strumpfhosen und Kugelschreiber. Das Angebot wurde laufend erweitert und immer mehr auf Touristen ausgerichtet. In den folgenden Jahren entstanden Filialen beim Löwendenkmal, am Schwanenplatz, im Hotel Luzerner-

Tägliche Ausgaben der Touristen in der Schweiz

Viel Geld für Essen, Shopping, Souvenirs und Übernachtung geben Chinesen, Russen und Araber aus den reichen Golfstaaten aus: Golfstaaten-Gäste durchschnittlich 520 Franken pro Tag, Chinesen 500 Franken und Russen 430 Franken. Die Deutschen als wichtigste Gästegruppe der Schweiz lassen 170 Franken liegen, die Schweizer 140 Franken.

hof, beim heutigen C&A und an der Kapellgasse 19 (heute Wyler Textil AG Stoffe). Die Touristensaison dauerte in Luzern bis in die 1960er Jahre hinein nur von Mai bis Oktober. Um auch im Winter Einnahmen zu haben, eröffnete das Ehepaar Casagrande in St. Moritz zwei weitere Geschäfte. Carlo Casagrande erkannte Ende der 1950er Jahre, dass die herkömmlichen Holzschnitzereien keine Verkaufsschlager mehr waren. Er produzierte ab 1959 serienmässig die selbst entwickelten hölzernen Casiboy-Figuren. Für die Herstellung der Figuren-Bekleidung war während einigen Jahren eine eigene Textilfabrik zuständig. In den 1960er Jahren bis Mitte der 1970er Jahre war der Absatz für die Casiboy-Figuren gross, vor allem bei den Amerikanern, und sie wurden in die ganze Welt exportiert. Die beiden Söhne des Ehepaars Casagrande, John und Robert, bekamen deshalb den Übernamen «Kleine Casiboy». Noch heute steht vor dem Hauptgeschäft an der Kapellgasse 24 eine grosse Casiboy-Figur. Carlo Casagrande war einer der ersten, der Schwarzwälder Kuckucksuhren in der Schweiz ver-

kaufte. Anfangs verpasste er diesen noch selbst einen schweizerischen Touch.

1970 konnte das heutige Hauptgeschäft an der Kapellgasse 24 im Baurecht übernommen werden. Die Geschäfte in St. Moritz wurden verkauft. Das Unternehmen Casagrande & Co. ist mit seinen Filialen an der Kapellgasse 24, Grendelstrasse 6, Hertensteinstrasse 35 und am Schwanenplatz 6 die grösste Souvenirkette der Schweiz. Das Unternehmen beschäftigt 65 Mitarbeiter (45 im Winter) und das Sortiment umfasst mittlerweile rund 26 000 Produkte. Hauptkunden sind die Amerikaner (23 Prozent), die Schweizer sind mit beachtlichen fünf Prozent vertreten. Die verschiedenen Tourismuskrisen seit den 1970er Jahren führten jeweils zu einem starken Umsatzrückgang. Die grösste Filiale am Grendel wird jährlich von einer Million Kunden besucht.

Ausgewählte Literatur

Roland Flückiger-Seiler, Hotelträume zwischen Gletschern und Palmen. Schweizer Tourismus und Hotelbau 1830–1920, Baden 2005.

Claudia Hermann, Die neue Seh-Lust in Luzern. Der frühe Tourismus auf dem Weg vom Naturerlebnis zur inszenierten Sehenswürdigkeit, in: Jahrbuch der Historischen Gesellschaft Luzern 20, 2002, S. 40–52.

Ronald Roggen (Red.), Luzerner Altstadt: eine bebilderte Quartiergeschichte. Hrsg. vom Quartierverein Altstadt, Luzern 1978.

Michael Riedler, Idyllisches Luzern. Luzern vor 100 Jahren, gezeichnet, gemalt von Jakob und Xaver Schwegler, Luzern 1987.

Abbildungsnachweis

Abb. 1–3, 5: Historisches Museum Luzern
Abb. 4, 6, 7: Casagrande & Co., Luzern



© Verein Freunde des Historischen Museums Luzern
Bearbeitet von Alexandra Strobel
Luzern 2007