

Zeitschrift: Marchring
Herausgeber: Marchring, Kulturhistorische Gesellschaft der March
Band: - (1988)
Heft: 28: Beliebte religiöse Wandbilder um 1900

Artikel: Fromme Gefühle und flotte Geschäfte
Autor: Paradowski, Stefan
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1044492>

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: 17.05.2025

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

Fromme Gefühle und flotte Geschäfte

von Stefan Paradowski

Unsere Zeit verlangt nach Leitfiguren aller Schattierungen. Sie sind Bestandteil der Postmoderne, Füllmaterial der Medien. Im Poster-Laden, in Illustrierten oder im Rock-Pop-Magazin nehmen die zu Bild gewordenen Sternchen und Stars viel Platz ein. Sie gefallen sich in bester Pose, breiten sich hautnah vor uns aus. Oh, dieser bedeutungsvoll geformte Mund, dieser makellose Teint, dieser hinreissende Blick, diese gestylte Frisur! Und erst diese vielsagende Kopfhaltung! Lauter Zeichen publikumswirksamer Ergebenheit! Dabei handelt es sich um nichts Neues unter der duldsamen Sonne. Die Formeln der Ehrerbietung sind keine Erfindungen unserer Epoche. Die Klischees und Künste, echte und angebliche Persönlichkeiten oder Bezugsgrössen im Rampenlicht der Öffentlichkeit bewegen zu lassen, bestanden schon lange, betörten sie doch bereits unsere Alvordern. Unsere Grosseltern und deren Eltern erlagen der Ausstrahlung, der Inbrunst wohlgestalteter Idole. Diese Vorbilder hielten jedoch keine weltlichen Werte hoch, sondern erfüllten eine religiöse Mission. Sie weigerten sich, in Zeitungen und Zeitschriften zu brillieren; sie mieden Kirchen, überhaupt grossräumige Einrichtungen. Trotzdem waren sie allgegenwärtig. Sie bevölkerten die private Sphäre: Heilige, biblische und andere kirchliche Gestalten genossen als Wandschmuck in Zimmern, Hausfluren, ja Ställen allgemeine Verehrung.

Keine Zeit als jene kurz vor 1900 kannte besser die raffinierte Paarung von Andacht und Leidenschaft. Das fromme Mädchen zu Füßen der ehrfürchtig emporseufzenden Maria bewegte jedes Herz. Ein davonschwebender Engel in luftiger Höhe transportierte das verstorbene Kind «Zur himmlischen Heimath!» Bunte Steindrucke, sogenannte Chromolithographien oder Öldrucke, standen in Blüte, durchwalteten vornehmlich den ländlichen Alltag. Als populäre Graphik beeinflussten sie das religiöse sowie ästhetische Empfinden breiter

Schichten, belebten den Geschäftsgang tüchtiger Bilderverlieferanten.

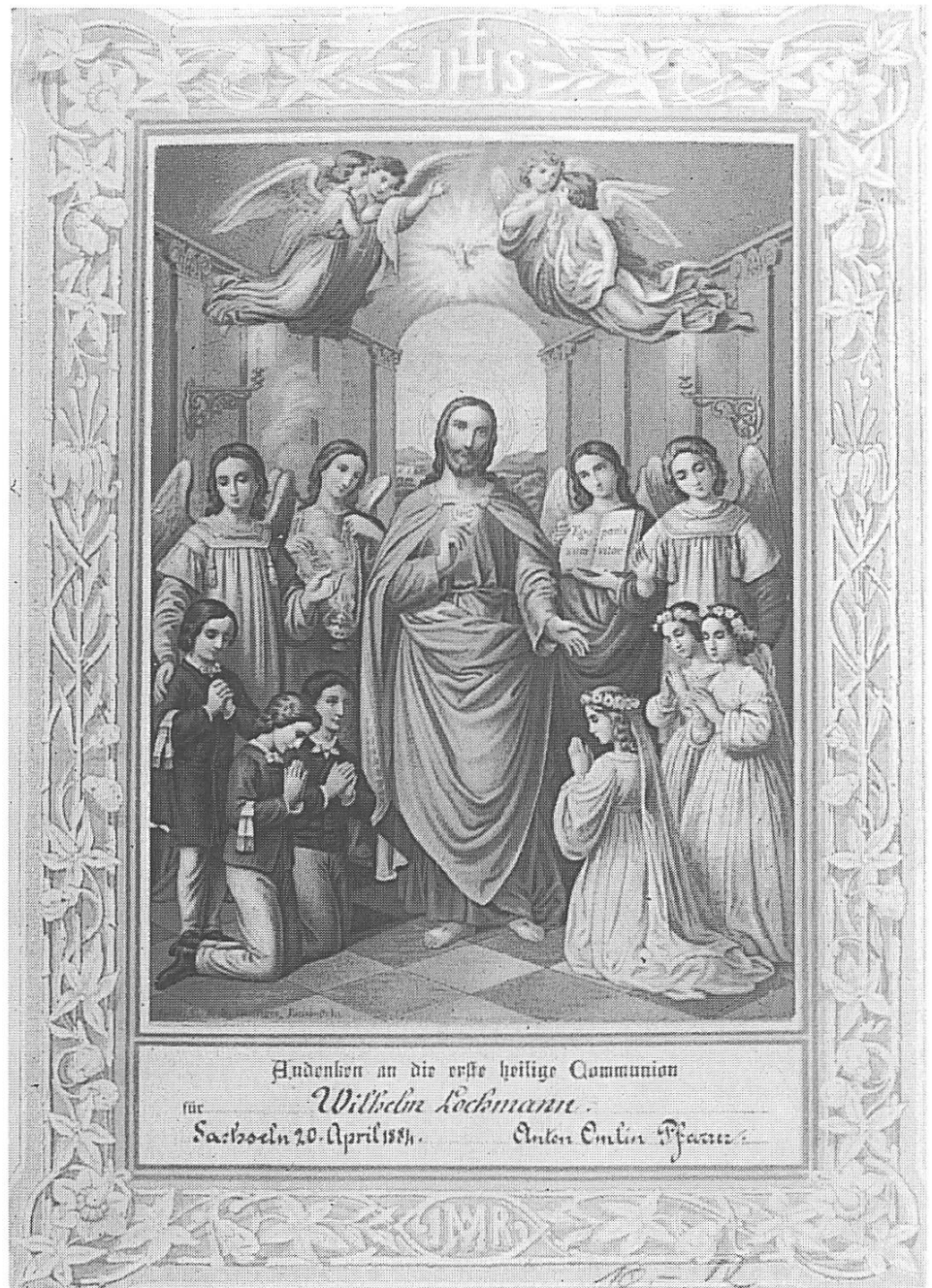
Die im letzten Jahrhundert inszenierten Weltausstellungen vermittelten der Industrialisierung mächtige Impulse. Ein Innovationsschub erfasste auch das ehrwürdige Lithographie-Gewerbe. Ausgehend von der Pariser Universalschau 1867, wurde der Markt von vervielfältigenden Gusseisenapparaten französischer Herkunft geradezu überschwemmt. 1870 stand in Frankfurt die erste von einem Gasmotor angetriebene Steindruck-Schnellpresse, die eine Auflagesteigerung und Formatvergrößerung mit sich brachte. Zudem wurde die umständliche Handbemalung, die sich noch allenthalben in Kolorieranstalten mit bis zu 350 Beschäftigten zu behaupten wusste, durch die maschinell bewerkstelligte Farbigkeit abgelöst.

Wie die zuvor lokal angelegte Wirtschaft sich nun zu einer global ausgreifenden Macht entfaltete, nahm auch das Chromolithographie - Wesen internationale Züge an. In der Druckerei-Branche besaßen die Gebrüder Benziger von Einsiedeln Weltgeltung. Das Schweizer Geschäft war nicht nur führend als Kunstanstalt für religiöse Bilder jeder Art, als Hersteller des breit gestreuten «Einsiedler Kalenders» und als Verlag für sakrales Schrifttum. Es war ebenso bekannt als Exporteur des Know-how: Die Firma Benziger gründete schon 1853 in New York eine Filiale und trug auch dadurch viel zur Vereinheitlichung von Frömmigkeitsformen bei. Die in verschiedenen Ländern wirksamen Grossverlage sorgten gewissermassen für eine grenzenlose Bildverbreitung, so dass sich besonders eine völkerübergreifende Herz-Jesu- und Marienverehrung einstellte, wobei der Heiligenkult als spezielle katholische Einrichtung zu seinem Recht kam.

Spätestens mit der Einführung der Lithographie-Schnellpresse ergab sich die Notwendigkeit, anstelle der veralteten, handwerkstypischen Auftragsituation das moderne Angebotsprinzip zu bevorzugen. Es wurde also auf Vorrat und nicht mehr auf Bestellung gearbeitet. Dieser Wechsel stempelte das gedruckte religiöse Bild vollends zur Ware, zu einem Objekt wie das übrige Handelsgut. Es galt nun, die Strecke Produktion — Distribution — Konsumtion immer

schneller, effizienter zu durcheilen, um daraus Kapital zu schlagen. Um möglichst vielen Geschmäckern und Ansprüchen Rechnung zu tragen, war ein breites Warensortiment gefragt. In einem Inserat behauptete der Kunstverlag Benziger, sich vor andern Fabrikaten sehr vorteilhaft «durch echt kirchliche Compositionen, durch grösste Mannigfaltigkeit und reichste Auswahl von billigsten bis feinsten Sorten» auszuzeichnen. Dasselbe Unternehmen scheute sich auch nicht davor, Kreuzwegstationen in diversen Formen und Ausführun-

Abb. A:
Andenken an die
1. hl. Kommunion,
Christus von Engeln und
Kindern umgeben



gen wie ganz gewöhnliche Kaufartikel feilzubieten. Das mochte pietätlos erscheinen, nicht aber absatzstörend.

Von der Wort-
zur Bildvorherrschaft

Der maschinelle Lithographie-Druck war vielleicht der wichtigste Agent, der die Aufwertung des Bildes auf Kosten der Vormachtstellung des Wortes herbeiführte. Auf diesen Umschwung verweist symptomatisch folgender Umstand: Wo ehemals noch von der kleinen örtlichen Buchdruckerei produzierte Gedenktexthe zur Kommunion oder Konfirmation dominierten, nahmen nun zentral und in Grossauflage angefertigte Erinnerungsblätter mit schönen Darstellungen das Feld ein. Der segnende Christus inmitten von Engeln und Kindern (Abb. A), das Abendmal und andere andächtige Versammlungen fanden Zuspruch. Die Verlagerung vom Verbalen zum Visuellen stand jedoch in irritierendem Kontrast zur staatlich geförderten Einführung der Schulpflicht und somit der allgemein werdenden Pflege von Lesen und Schreiben im letzten Jahrhundert. Heute wissen wir, dass viele neue modische Konsumgegenstände sich ökonomisch durchsetzen, selbst wenn ihre Notwendigkeit und Wünschbarkeit nur schwer einzusehen ist. Hatte die lithographische Schnellpresse als eine der ersten technischen Errungenschaften geschäftlichen Erfolg, einfach weil sie vorhanden war, weil ihr Potential zu Verfügung stand? Und dies entgegen sozial-pädagogischer Massnahmen, die demokratisch abgesegnet in eine ganz andere Richtung peilten?

Selbstverleugnung
und Nachahmung

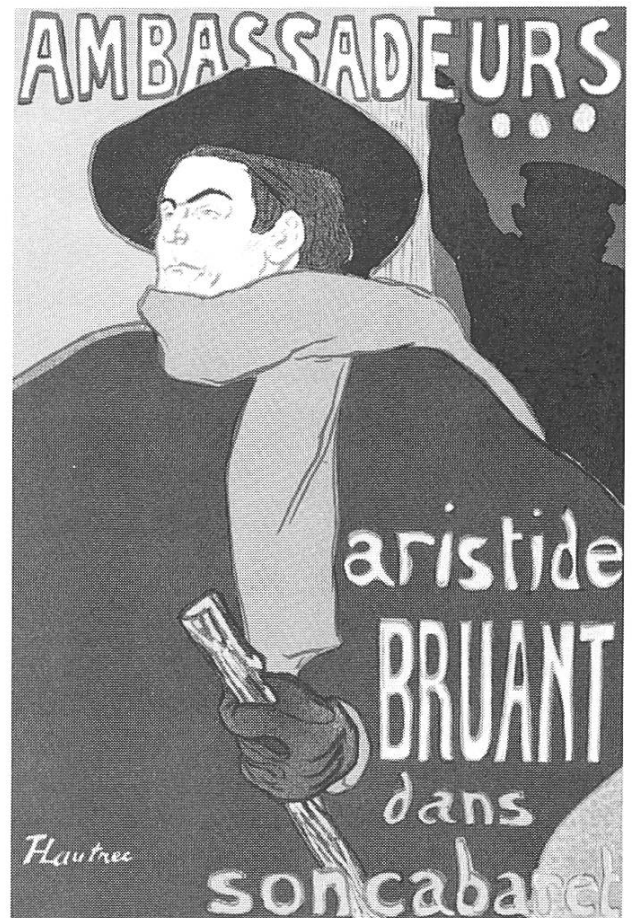
Die Lithographie religiösen Inhalts verneinte seltsamerweise ihren Status als technisch hergestelltes Massenprodukt. Sie unterwarf sich einer Taktik der Selbstverleugnung, in dem sie sich der Nachahmung alter Malerei hingab. Die farbigen Drucke wurden beispielsweise mit einem Firnis versehen. Das verlieh ihnen das speckig-glänzige Aussehen eines herkömmlichen, einmaligen Ölbildes. Auch die Bildbegrenzung trieb ihr Täuschungsmanöver: Durch Blindprägung, Bronzierung oder Eckbeschläge wurden Festigkeit und Kostbarkeit eines teuren, extra hergestellten Holzrahmens vorgegaukelt. Dieses Tun-als-Ob, diese Aufrechterhaltung des hübschen Scheins hatte System. Auch alle handwerklich geprägten Warengruppen, etwa Möbel oder Bekleidungsstücke, bemühten sich vor allem in der Übergangszeit zur industriellen Massenfabrika-

Schicht und Spekulation

Abb. B (links):
Plakat
von Alphonse Mucha,
Paris 1895
Abb. C (rechts):
Plakat
von Henri Toulouse-
Lautrec, Paris 1892

tion, den Eindruck «wie von Hand» zu erzeugen, um damit besser beim Kunden anzukommen.

Im Geschäft mit der Chromolithographie fiel die vermeintliche Annahme von Verhaltensweisen der reichen Elite durch einfache Leute ins Gewicht. Viele aus den unteren Schichten gaben sich der Spekulation hin, mit dem raschen Erwerb gemäldeimitierender Öldrucke sei Nähe zu den Begüterten, den Herrschenden zu erkaufen, die ihrerseits kostbare originale Malereien besaßen. Der soziale Anpassungswunsch hatte stets Konjunktur und wurde stets von cleveren Fabrikanten in bare Münzen umgesetzt. Es gelangten auch Schwarzweiss-Lithographien in Umlauf, die den Stichen vornehmer Kreise verblüffend ähnelten. Das Angebot sickerte in Kleinbürgergruppen ein. Diese erbten damit ein Benehmmuster der Oberschicht, schotteten sich gegen unten ab in der Meinung, Farbigkeit und Firnisganz von Reproduktionen seien Merkmale niedriger Klassenzugehörigkeit.



Plakat und Pin-up-Girl

In Frankreich hob wohl am nachhaltigsten die Verdrängung der kirchliche beeinflussten Populärgraphik an. In Paris hielt das Jugendstil-Plakat (Abb. B) Einzug. Henri Toulouse-Lautrec pflegte eine dem Steindruck innewohnende Ausdrucksweise anzuwenden, basierend auf den Gestaltungsmitteln Flächigkeit, grosszügige Umrisse, farbliche Beschränkung sowie Vermeidung der Wiedergabe von Einzelheiten (Abb. C). Mit diesen formalen Einfällen, die Schule machten, ging freilich eine inhaltliche Blutauffrischung einher, denn die Affichekünstler betrieben hauptsächlich Reklame für Cabarets und andere Amusement-Anlässe. Auf den Stein zeichnend, trachteten sie danach, das Image von Person aufzubauen und sie allmählich in den Rang von Idolen zu heben. Kraft der vom Plakat ausgelösten Publizität wurde aus manch einem unscheinbaren Mädchen ein erstes Pin-up-Girl.

Vereinzelung in Bild und Welt

Für die von der modernen Metropole geforderten Werbeanstrengungen gab es keine Vorbilder, die sich hemmend oder verpflichtend in die Quere legten. Gegenteilig verhält es sich bei den religiösen Öldrucken. Sie waren stets aufgerufen, Heiligenlegenden, biblische und weitere kirchliche Schriftquellen zu illustrieren. Dieser Aufgabe verschrieb sich die christliche Kunst von Anbeginn ihrer Existenz. So entstanden Überlieferungen mit ikonographischen und stilistischen Vorbildlichkeiten, die auch im 19. Jahrhundert respektiert werden wollten. Für die Muttergottes etwa galt unausgesetzt die Losung, sie nicht in fraulicher Reife, sondern mit zartem Antlitz und in jugendlicher Frische abzubilden.

Die Fesselung an das traditionelle Bildergut zeigte sich auch darin, dass in der Lithographietechnik Reproduktionen alter religiöser Malereien hervorgebracht wurden. Ein angeblicher Leonardo oder Dürer konnte nun mancher sein eigen nennen. Diese Art der Übertragung kam aber nicht entscheidend zum Durchbruch, weil die Werke der Hochkunst zur Vielfigurigkeit und inhaltlichen Schwere neigen. Die Populärgraphik, zumal das kleine Andachtsbildchen mit seinem knappen Raum, war bedacht, komplizierte Geschehensschilderungen zugunsten leicht fassbarer Sujets zu vermeiden. Das führte sie dazu, Details aus Gemälden herauszutrennen oder sich auf die Abbildung geeigneter Ein-Personen-Vor-

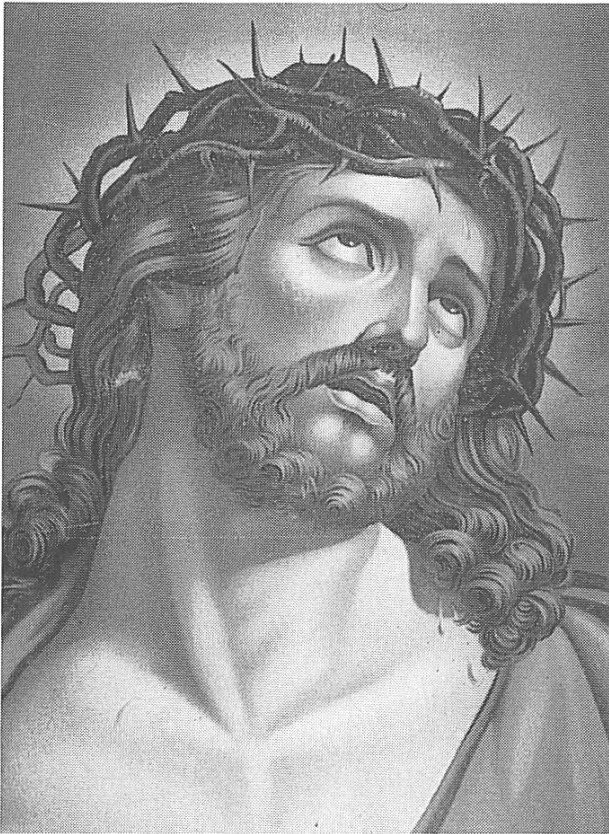


Abb. D (links):
Ecce Homo
(dornengekrönter
Christus)
nach Guido Reni
Abb. E (rechts):
Hl. Familie

lagen zu konzentrieren. So erfreute sich beispielsweise Guido Renis «Ecce Homo» grösster Beliebtheit (Abb. D). Dieses Bruststück vom dornengekrönten, schmachmend himmelwärts blickenden Christus bot sich geradezu an, mehr oder weniger getreu in allen feinsten Abstufungen der Empfindsamkeit im Öldruckverfahren ausgebeutet zu werden.

Die Lithographie war wie geschaffen für Einzeldarstellungen jeglicher Art. Die Vereinzelnung, die Festhaltung einer alleinigen Figur war einerseits Modell für die späteren Warenporträts in der Reklame der aufstrebenden Markenartikelindustrie, andererseits war sie ein Symbol des gesellschaftlichen Umbruchs, denn die Masse der freigesetzten einzelnen wurde mobil — nicht nur politisch als Bürger, sondern auch ökonomisch als Arbeitskräfte und kulturell als Bildungspflichtige, die ins Magnetfeld der Massenkommunikation und Massenkultur hineingerieten.

Mangel und Heil

Plakate weckten Bedürfnisse des Vergnügens, des Konsums, des Komforts. Chromolithographien predigten Kirchentreue und Glaubensbereitschaft. Der kommunionspendende

Christus unter der Jungschar trug zur Unterordnung des Kindes an die kirchlichen Normen bei. Die Heilige Familie lebte Eintracht vor. Der heilige Joseph wurde zum fleissigen Arbeiter und mustergültigen Gatten umfunktioniert (Abb. E). Beide, die kommerzielle Werbung am Strassenrand und das bunte Erbauungsblatt an der Zimmerwand, verfolgten didaktische Absichten, waren Mittel zum Zweck, wollten letztlich eine Verhaltensänderung zum vermeintlichen Wohle des Adressaten erwirken. Sie gingen von der Annahme aus, eine materielle oder ideelle Mangellage, die es zu beheben gelte, quäle die Leute. In unserem Jahrhundert sollte die religiöse Populärgraphik zur Bedeutungslosigkeit absinken. Umso mehr erstarkte die Waren- und Dienstleistungspropaganda und mauserte sich zur mächtigsten Verkünderin von Glück und Heil.

Schon ein flüchtiger Blick auf irgendwelche Chromolithographien fördert unweigerlich zutage, dass sie im Grunde der Hochkunst entstammen. Die Kreuzigungsszene, die Maria mit Kind-Zweisamkeit, die Taufgruppe, der Gute Hirt, die Christnacht, wer und was auch immer: der Ruch, das Abgebildete sei der Kunstgeschichte geborgt, habe in irgendeiner Weise irgendwo schon einmal bestanden, bleibt hartnäckig am Papierblatt haften. Der religiöse Wandschmuck tendierte darauf, das Reservoir früherer Malereien unter dem Aspekt marktgängiger und kirchenpolitischer Verwertbarkeit auszuschöpfen.

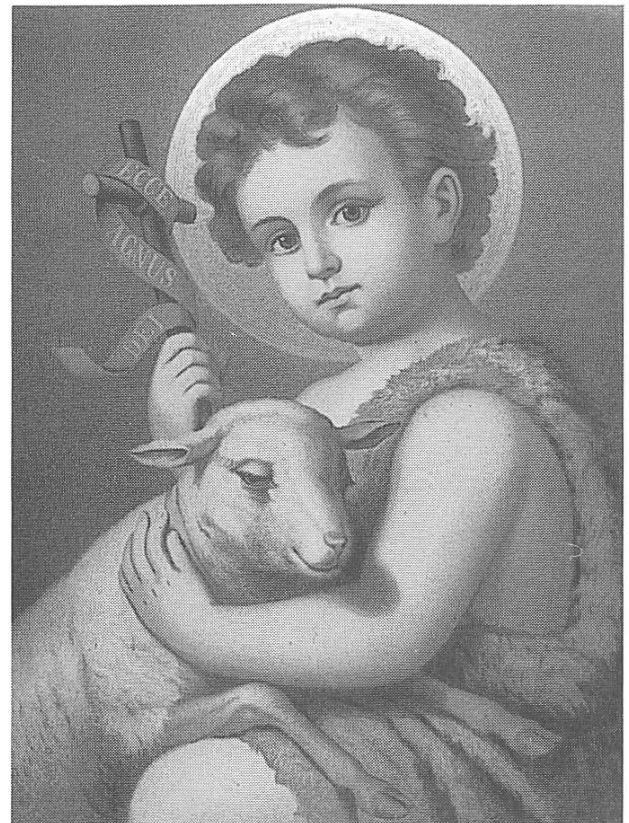
Die Nazarener liessen die Vergangenheit frommer Kunst bewusst, ja systematisch in ihre Arbeit einfliessen. Sie setzten auf eine Rückkehr zu den grossen Formen bestimmter Renaissance-Künstler. Ihre Bewunderung galt unter andern dem jungen Raffael. Sie bildeten die erste moderne Künstlervereinigung. Aus Opposition verliessen sie 1809 die Wiener Akademie, zogen als Dissidente nach Rom und verpflichteten sich zu einer strengen Lebensführung. Die radikale Ausrichtung nach Art kirchlicher Bruderschaften bestimmte ihr Malprogramm. Sie retteten die christliche Kunst ins 19. Jahrhundert hinüber, strebten sogar engagiert danach, ihren Stellenwert zu verbessern. Sie sind primär von ihrer Haltung und Gesinnung her zu definieren. Ihre Ästhetik hingegen ist sekundär einzustufen. Die Nazarener vermochten nicht die

aktuelle Kunst ihrer Zeit zu befruchten. Ihre künstlerische Tätigkeit glich eher einer Flucht, gab sich anachronistisch. Ihre bildhafte Vorstellung etwa über den Schutzengel war romantisch gefärbt und nicht sozial oder gar realistisch, wie es eigentlich das Thema verlangte. Selbstverständlich bedurfte ein kleines heranwachsendes Wesen auf dem brüchigen Steg oder am Felsabgrund des Engelgeleits (Abb. F). Aber es gab da auch in nicht geringer Zahl jene Kinder, die sich unter schrecklich unmenschlichen Bedingungen in Fabriken abzurackern hatten. Es gelang ihnen jedoch nicht, in den Blickwinkel der Künstler aufzusteigen. Hätten arbeitende Kinder nicht auch Engelbeistand verdient?

Solche weltabgewandte Einseitigkeit beflügelte die Öldruck-Industrie, den nazarenischen Bilderbestand ihren Ideen dienstbar zu machen. Gewisse religiöse Gemälde wurden auch im Stile der gefälligen Salonmalerei angefertigt und von daher schliesslich meist in ebenso süsslicher Fassung Verkaufsschlager der Zimmerschmuck-Produktion.

Mit der Auswertung der althergebrachten Kunst waren oft fromme, handwerklich herausragende Künstler beschäftigt.

Abb. F (links):
Schutzengel
Abb. G (rechts):
Ecce Agnus Dei
(Christusknabe mit
Lamm Gottes)



Sie standen wie beispielsweise Melchior Deschwanden für Kunstverlage im Einsatz. Exakt kopierend, frei interpretierend oder stark abändernd, setzte er für die Gebrüder Benziger eigene und fremde Ölgemälde in Druckgraphik um. Seine Sujets existierten zum Teil als Malerei, Chromolithographie, Andachtsbildchen und Buchillustration. Von einem Träger zum andern hüpfend, geriet der religiöse Schatz an Motiven und Inhalten zum verfügbaren, abrufbereiten Vorrat, der beliebig den neuen Nützlichkeitsbewertungen zu entsprechen hatte. Ein solches Erfordernis war die unproblematische Lesbarkeit der massenproduzierten Darstellungen, die auf den Konsum grosser Abnehmereinheiten angewiesen waren. Die Käufer waren ihrerseits auf Bestätigung oder Verfestigung ihrer religiösen Überzeugung aus. So konnte anspruchsvolle Kunst nur ein nachgeordnetes Kriterium im Bewusstsein der Wandschmuck-Liebhaber sein. Diese Situation verursachte zusammen mit den Hoffnungen auf Absatz und Profit der Öldruck-Produzenten die konsequente Aussperrung jeder kunstavantgardistischen Regung. Im Zenit ihres Erfolgs und ihrer Ausbreitungsdichte mochten zwar die Chromolithographien um die Wette glänzen wie nie zuvor. Doch von den Positionen, die die moderne Kunst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts eroberten, drang nicht ein Hauch in sie ein. Spurlos zog an ihnen der Realismus, der Impressionismus, der Symbolismus und der Van-Gogh'sche Expressionismus vorüber.

Die Natur
und das Namenlose

In den Öldrucken äusserte sich die Verachtung der aktuellen Kunst mitunter durch die fast gänzliche Abwesenheit echter Umweltszenen. Dem Zeit-Raum-Schema entrückt, hielten sich vor allem Einzelfiguren weder in einer Landschaft noch in einem Interieur auf. Sie waren ins Namenlose versetzt, umfungen von einem neutralen Farbgrund (Abb. G). Diese antirealistische Neigung ist ein Wesenszug aller religiösen Kunstwerke überhaupt.

Eines der theoretischen Ziele der Nazarener bestand in der Verwerfung der Naturnachahmung. Auch die um 1870 aufkeimende Beurerer Kunst, eine von einer mönchischen Künstlergruppe in Deutschland getragene Strömung, richtete sich vehement gegen die Abbildung der sichtbaren Wirklich-

keit. Dieser Widerstand begriff sich als erklärtes Gegengewicht zum Impressionismus, der von der Auseinandersetzung mit der Natur und ihrer flüchtigen Erscheinung im Lichtwechsel lebte. Formal-inhaltliches Neuland erschliessend, strich der progressive Künstler — man denke nur an Edouard Manet oder Claude Monet — Realitätsnähe und Zeitgenossenschaft hervor. Beides ist rigoros aus den Öldrucken verbannt. Oder doch nicht?

Kitsch und Kritik

Die sich oft kitschig und schmalzig gebärdenden Chromolithographien befanden sich zwar produktionstechnologisch auf dem höchsten Stand. Ihre Weigerung indes, sich den Zivilisationsereignissen und den aktuellen künstlerischen Leistungen zu öffnen, bringt sie in ein schiefes Licht. Dem muss nicht so sein. Man darf sie nämlich auch als eine Art Kritik an der Industriegesellschaft verstehen, weil sie sich im Gewande alter Gemälde und in der Selbstgenügsamkeit verstaubter Ästhetik sträubten, stracks auf alle fortschrittlichen Einsichten und modernen Errungenschaften zu reagieren.

(Literaturverzeichnis siehe Anhang)

