

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 113 (1987)
Heft: 49

Artikel: Sommer auch folkloristisch zu Ende
Autor: Knobel, Bruno / Crivelli, Adriano
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-620910>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 20.01.2026

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

Sommer auch folkloristisch zu Ende

Von Bruno Knobel

Sätestens im Spätherbst beginnen sich jene 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 vermassen ist, sein aus Billigländern 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 folkloreträchtigen «echten», wenn auch naiven, aber «absolut originalen» schweizerischen Volkskunst, die überaus reichlich auf den Markt geschleudert wird.

Etwas nach der fünften Ausstellung mit Werken von ebenso originaler und echter wie nativer Appenzeller Bauernmalerei, nach dem zusätzlichen Betrachten dreier Kunstdkalender 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-Originale 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 Sennntumsmalerei 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, anderseits 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 setzen die Produktionsmassstäbe.

Der Anteil dieses Kunstschaffens am innerrhodischen Bruttosozialprodukt ist erheblich. Die Produktivität wird gefördert durch die Arbeitsteilung, der Cashflow 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) gründt 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 erübrigts sich. Das Marketing funktioniert: Die Marktbedürfnisse sind längst bekannt; meist warten die Käufer schon.

Ein beispielhaftes voralpines «Management by Peasant Art»!

