

Zeitschrift:	Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : officielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]
Herausgeber:	Schweizerische Verkehrszentrale
Band:	48 (1975)
Heft:	3
Artikel:	Kitsch
Autor:	[s.n.]
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-773502

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: 15.01.2026

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

Zwei Studenten der Stiftsschule Einsiedeln, Anton Fischer als Photograph und Ivano Rigamonti als Reporter, vertieften sich in ihrer Freizeit in das Problem «Kitsch im Devotionalienhandel». Sie interviewten «Ständliguren», die Verkäuferinnen unter den Arkaden auf dem Klosterplatz, und die Kunden. Ihre Beobachtungen haben sie in einer kleinen Broschüre zusammengestellt. Hier einige Auszüge und Bilder.

Alle «Ständliguren» gaben zu, dass auch Kitsch verkauft wird. Zu definieren aber, was zum Kitsch gehört, ist schon etwas schwieriger. Meistens trifft man auf Bandwürmer, die so abstrakt sind, dass man nach dem Lesen genau gleich viel weiß wie vorher. Auch das Schlagwort «Kitsch ist alles, was nicht wahr ist» nützt nicht viel für die praktische Anwendung. Es scheint wirklich, «dass Kitsch etwas ist, von dem man nicht sagen kann, was es ist». Dieser Ausspruch stammt übrigens von einer Verkäuferin. Nun, bei den Ständchen ist es meistens nicht so schwer, den Kitsch zu bestimmen; man muss nur die schwindsüchtigen Plastikmadonnen mit dem feuchten Himmelfahrtsblick anschauen, oder die hübschen Schneekugeln, natürlich mit der Muttergottes darin.

Ja, die Liebe zur Kunst ist schön, aber – wie soll man damit leben! Ein bisschen höflicher formuliert, stellten wir nämlich die Forderung, den Kitsch radikal auszumisten. Wir waren erstaunt, auf volles Verständnis zu stossen. Nichts würden sie lieber tun als dies, aber wer kauft dann noch? Zwar werden auch viele Gegenstände verkauft, die man mit gutem Gewissen unter Kunst einreihen darf. Man kann dort von der echten Barockmadonna bis zum modernen Bronzekreuz fast alles finden, was auf dem Devotionalienmarkt künstlerische Bedeutung hat. Es ist nur schade, dass all diese Kreuze und Statuen im Hintergrund ihr Leben fristen müssen; denn wer stellt schon einen «Ladenhüten» ins Schaufenster. Sie müssen sich vorstellen, so ein Stück bleibt oft jahrelang liegen, und zudem: Ist es für den Pilger ein gutes Zeichen, wenn er Kunst kauft? Eine Verkäuferin sagte uns klipp und klar, dass diejenigen, welche Kitsch kaufen,

auch mehr Glauben besäßen. Es besteht also eine direkte Proportionalität zwischen Kitsch und Glauben.

Es gibt besondere Italienerartikel; zusammenfassend könnte man sogar sagen, die Italiener kaufen alles, was glänzt und nach Gold aussieht (aber nur Elozan ist). «Sie sind wie die Elstern», sagte eine Verkäuferin.

Wir wollten nun sehen, ob der Italiener zu Recht so schlecht wegkommt. Die Frage, ob an den Ständen Kitsch verkauft werde, verneinten die meisten mit einer geradezu verblüffenden Unbekümmertheit. Einer war besonders amüsant; den konnte man fragen, was man wollte, es war einfach alles schön und charakteristisch. Mit der

KITSCH

Gestik eines spanischen «Grande» und einer ungeheuren Selbstsicherheit beantwortete er unsere Fragen – man hätte ihn für einen interviewgewohnten Filmstar halten können, so geschliffen kam sein «ma no, è tutto bello, proprio caratteristico per Einsiedeln». Wir fragten ihn, ob er eine Plastikmadonna kaufen würde; die Antwort: Ja natürlich, die sind doch schön. Wir fragten ihn, ob er eine Holzmadonna kaufen würde; die Antwort: Selbstverständlich, Holz ist sehr charakteristisch. – Auf Italienisch tönt das so: «Ma si, sono bellissime», und «certamente, il legno è molto caratteristico». Nicht gerade so krass, aber ungefähr in dieser Richtung antworteten alle. Was für Schweizerohren noch komischer scheint: Sie fanden alle, das Zeug sei spottbillig. Die Italiener scheinen auch am meisten zu kaufen, aber das ist verständlich: Da muss einmal die «nonna» daheim ihren Rosenkranz haben (der «nonno» ist natürlich, wenn

auch ein bisschen wackelig, mitgekommen). Der «zio Ottavio» und der «zio Massimo» brauchen selbstverständlich auch noch etwas, und wie könnte man die «zia Angelina» und die «zia Abelarda» vergessen – für die muss man doch unbedingt eine Madonna aus (Katzen-)Gold mitbringen. Dann noch der eigene Bedarf; der «pupo» will ein Hörnchen, ein Fernsehapparätchen mit Einsiedeln drin ist man dem Orte schuldig usw.

Die Deutschen und besonders die Österreicher wollen «öppis fürs Gmüat». Im allgemeinen stehen sie jedoch dem Kitsch skeptischer gegenüber als die Italiener, besonders die jungen. Dafür findet man aber Leute, die jeglichen Kitsch verurteilen und im gleichen Augenblick sagen, Schneekugeln seien schön. Holzwaren werden im übrigen häufiger von Deutschen gekauft als von Italienern, aber ich habe den Verdacht, weniger, weil es Kunst ist, als weil dieses Material den «deutschen Archetypen» mehr zusagt – es ist halt häuslicher.

Wie überall, gab es auch bei den Schweizern unterschiedliche Ergebnisse; nur etwas knauseig sind sie dann schon, die lieben Schweizer. Man könnte meinen, die Italiener seien alles Millionäre und die Schweizer alles arme Teufel. Mit bedächtigem Kopfnicken brachten sie ihre Bedenken an den Tag. Ja, man muss es sich schon zweimal überlegen, bevor man und ob man die kostbaren «Füflüber» auf den Tisch legt, man will schliesslich nicht verschwenderisch sein. Während viele Ausländer die Artikel charakteristisch für Einsiedeln fanden, waren viele Schweizer der Meinung, man könne das ja auch in Zürich kaufen; was da geboten werde, sei nichts Besonderes.

«Wer kauft nach Ihrer Ansicht Kitsch?» Dies war eine Frage, die wir an die Pilger stellten. Alte Leute sagten voller Überzeugung: die Jungen; junge Leute antworteten: die Alten. Tatsache ist aber, dass alle Volksschichten und alle Alter, ob dumm oder gescheit, Kitsch kaufen. Man kann ein altes Bauernweiblein antreffen, das eine handgeschnitzte Madonna kauft, während daneben ein hochintellektuell aussehender Wohlstandsbürger mit Kitschartikeln liebäugelt.



Kleinkupferstich als Wallfahrtsandenken, gestochen vom Einsiedler F. Xav. Schönbächler (18. Jh.)

Petite gravure en souvenir du pèlerinage (XVIII^e siècle)

Incisione in rame come ricordo di pellegrinaggio (XVIII secolo)

Small copperplate as a souvenir for pilgrims (18th century)

