

Zeitschrift: Jahrbuch vom Thuner- und Brienzersee
Herausgeber: Uferschutzverband Thuner- und Brienzersee
Band: - (1998)

Artikel: Versuch einer Krisenbewältigung im Souvenirhandel
Autor: Schaufelberger, Albert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1096860>

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: 25.03.2026

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

Versuch einer Krisenbewältigung im Souvenirhandel

Erfolg oder Misserfolg im Souvenirhandel sind abhängig von der Konjunktur im Fremdenverkehr. Steigt die Zahl der Übernachtungen, floriert auch das Souvenirgeschäft. Bleiben die Gäste jedoch aus, gehen logischerweise auch die Souvenirumsätze zurück.

Im Extrem konnte dieser Mechanismus im Ersten Weltkrieg beobachtet werden, als die Gäste ganz ausblieben und damit die Souvenirproduktion fast auf null zurückfiel. Angestellte der Souvenirbetriebe mussten auf andere Erwerbszweige ausweichen, was damals nicht allzu schwierig war, da das Militär und die Rüstungsbetriebe leere Stellen zu besetzen hatten.

Im Normalfall beschreibt die Konjunktur eine Wellenlinie. Leider wissen wir nicht, wie diese Kurve aussah, da für die Zeit vor und um die Jahrhundertwende keine brauchbare Statistik der Tourismusbranche vorliegt. Wir müssen deshalb versuchen, uns auf anderem Weg ein Bild zu machen. Nebst weiteren Faktoren spielte das Wetter wohl eine entscheidende Rolle. Wir kannten ausländische Touristen, die während eines dreiwöchigen Aufenthalts in Interlaken die Jungfrau wegen schlechten Wetters nie sahen. Viele Touristen reisten deshalb ab. Als der Maler Jakob Sutter von Hottingen ZH in den 1850er Jahren in Interlaken arbeitete, war es im August so nass und kalt, dass ihm die «Fäule» in die Farben kam. Er war wegen des schlechten Wetters nur in der Lage, in der freien Natur Skizzen zu zeichnen, die er dann zuhause am Trocknen in Aquarelle umsetzte. Der Klimaatlas der Schweiz (© Bundesamt für Landestopographie, Wabern, 1984) bestätigt uns diese Aussagen. In der Tat war es in den Sommermonaten um 1850 nass und kalt. Einer ähnlich extremen Wettersituation begegnen wir um 1880 bis 1890 und dann wieder im Ersten Weltkrieg.

1879 gründete Louis Hänni an der Lauenen ob Thun eine bedeutende Souvenirmanufaktur. Die Spezialität waren Ölbilder, vor allem Landschaften auf Karton, Leinwand, auf Glocken aus Metall, auf Majolika und Holzschachteln. Auf den Rechnungsformularen stand auf französisch:

Atelier de peintures artistiques

LOUIS HÄNNI THUN

Peintures à l'huile, garanties faites à la main

Die Ateliers beschäftigten in guten Jahren bis zu 35 Angestellte. Es war weiterum der grösste Gewerbebetrieb. Wir haben errechnet, dass pro Jahr an die 100 000 Einheiten an die Kunden geliefert wurden (vgl. Albert Schaufelberger: «Die Thuner Vedutenmaler», Ott Verlag Thun, 1983, S. 35).

In einer Periode, als die Nachfrage rückläufig war, griff man vorerst zu kaufmännischen Mitteln und verschickte einen Werbebrief:

«Sehr geehrter Kunde!

Wir kommen mit einer Bitte zu Ihnen:

Bringen Sie unseren handgemalten Ölbildern wieder mehr Interesse entgegen. Der Artikel ist künstlerisch handgemalt und gut verkäuflich, bringt Ihnen dankbare Kunden und einen sehr schönen Verdienst. Stellen Sie unsere Bilder in vermehrtem Masse in Ihren Schaufenstern und im Geschäfte aus.

Die Preise haben wir ermässigt.

Wir liessen auf Lager arbeiten und wünschen, Ihnen unser Entgegenkommen zu beweisen, indem wir Ihnen auf aller Lagerware **10% Rabatt gewähren**. Bitte schreiben Sie uns für eine Auswahlendung.

Mit aller Hochachtung begrüssen wir Sie freundlich

Familie Hänni»

In der Tat waren die am Produktionsprozess beteiligten Spezialisten wie eine grosse Familie gehalten. Louis Hänni fühlte sich für ihr Wohlergehen verantwortlich. So wurde denn alles unternommen, den Umsatz zu steigern.

Wenn wir von Souvenirs sprechen, denken wir vor allem an die Ferientouristen. Es gab aber noch andere potentielle Käufer. Da waren in- und ausländische Rekonvaleszenten, die in Schweizer Sanatorien, Heilstätten und Hotels die Wiedererlangung ihrer Gesundheit erhofften. Auch sie kamen als Käufer in Frage.

Die wichtigste Gruppe aber waren die Pilger. Die Gattin des Souvenirfabrikanten Louis Hänni, Frau Maria Philomena Aloysia geb. Albisser von Geuensee LU, stammte aus einem streng katholischen Milieu. Sie war nicht nur fromm, sondern ebenso tüchtig und arbeitsam. Stets fand sie Zeit für ihren protestantischen Gatten, für ihre elf Kinder und das Geschäft. Immer nahm sie sich Zeit für die Anliegen ihrer Angestellten, für die Armen und Bedürftigen. Einmal soll sie einem Knechtlein, das ihr seine Neujahrswünsche

überbrachte, die Füsse gewaschen haben. Dies meinte wohl auch der Pfarrer, als er an ihrem Grabe sagte: «Frau Hänni war eine Heilige.»

Frau Hänni war also mit katholischen Bräuchen bestens vertraut, und es ist wohl ihr zu verdanken, dass sich für die Souvenirmanufaktur ein neuer Absatzkanal öffnete. Man entwickelte verschiedene Ideen, die aber nicht alle den gleichen Erfolg hatten. Der Einstieg der Souvenirmanufaktur in den Wallfahrtstourismus und in das Devotionaliengeschäft (Devotionalien = der Andacht dienende Gegenstände wie Kruzifixe, Weihwasserbecken, Heiligenbilder usw.) war unter den gegebenen Umständen fast zwingend. Es entstanden damals Bilder wie die Hofkirche in Luzern oder das Kloster Einsiedeln mit den Verkaufsständen im Vordergrund.

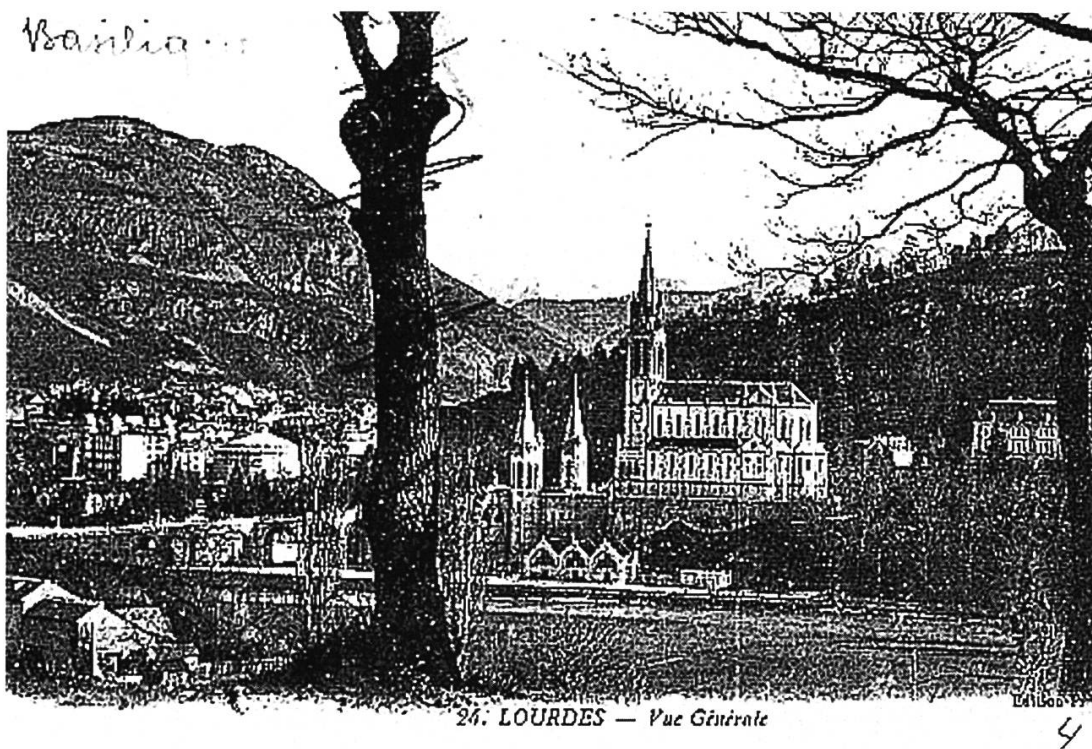
Grösseren Erfolg hatte man mit dem Marienwallfahrtsort Lourdes am Nordfuss der Pyrenäen in Südwestfrankreich. Wir sind in der Lage, drei Bilder mit ihren abgeänderten Vorlagen zu zeigen. Es war schon immer der Wunsch der Meistersfrau Maria Hänni gewesen, eine Wallfahrt nach Lourdes zu unternehmen. Sie wollte dem Herrgott danken für ihre gelungene Mischehe und für das Geschenk von elf gesunden Kindern. Sie muss damals in Lourdes die nötigen Geschäftskontakte geknüpft haben.

Bernadette Soubirous hatte 1858 in der Grotte von Lourdes achtzehn Erscheinungen Mariens. Sie starb 1879, im selben Jahre, als Louis Hänni an der Lauenen ob Thun seine Souvenirmanufaktur eröffnete.

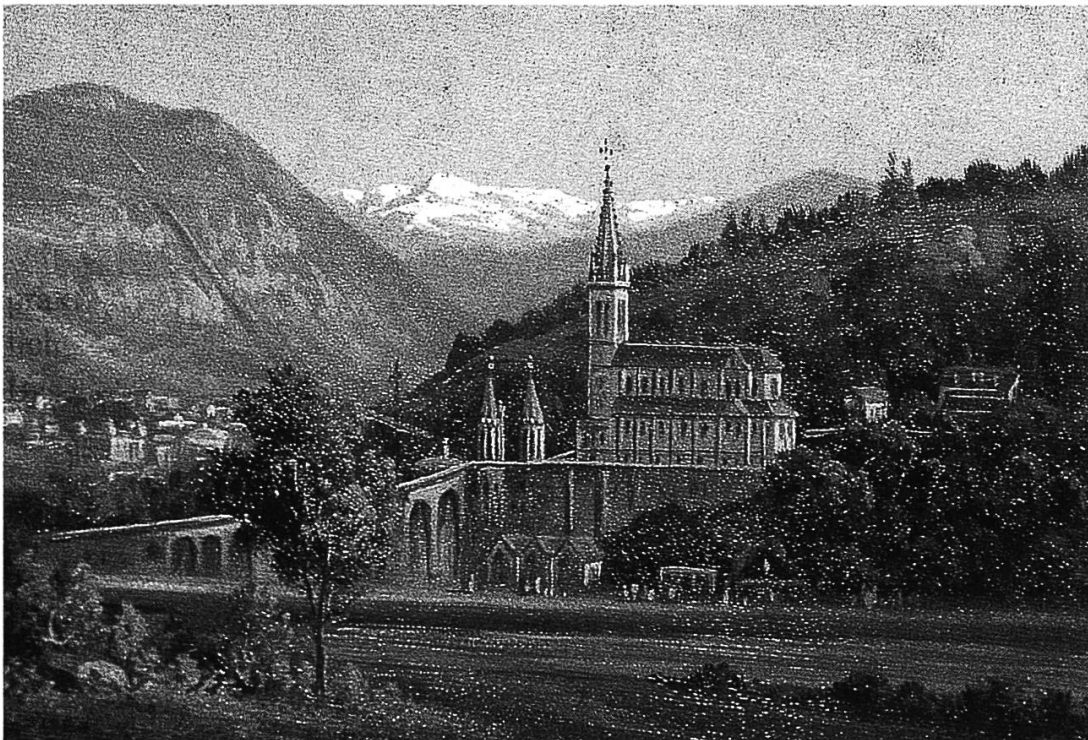
Man sah bei diesen Pilgerfahrten, dass sich mit der Kirche ein gutes Geschäft unabhängig vom Wetterglück machen liess. So entschloss man sich, Versuche zu unternehmen, auch in das Devotionaliengeschäft einzusteigen. Diese Versuche scheinen aber nicht den erhofften Erfolg gebracht zu haben. Wir berichten trotzdem darüber, weil wir damit einen interessanten Einblick in die Vielseitigkeit der Manufaktur erhalten.

Der Erste Weltkrieg machte all diesen Bemühungen ein Ende. Von den 35 Heimarbeitern konnten nur noch deren vier beschäftigt werden. Als Louis Hänni am 22. September 1922 in Thun starb, verdorrte auch das zarte Pflänzlein des sich gut entwickelnden Wallfahrts-Souvenir-Geschäftes. Als nach längerem Krankenlager im Frühjahr 1927 auch die Meistersfrau starb, wurde der Betrieb aufgelöst.

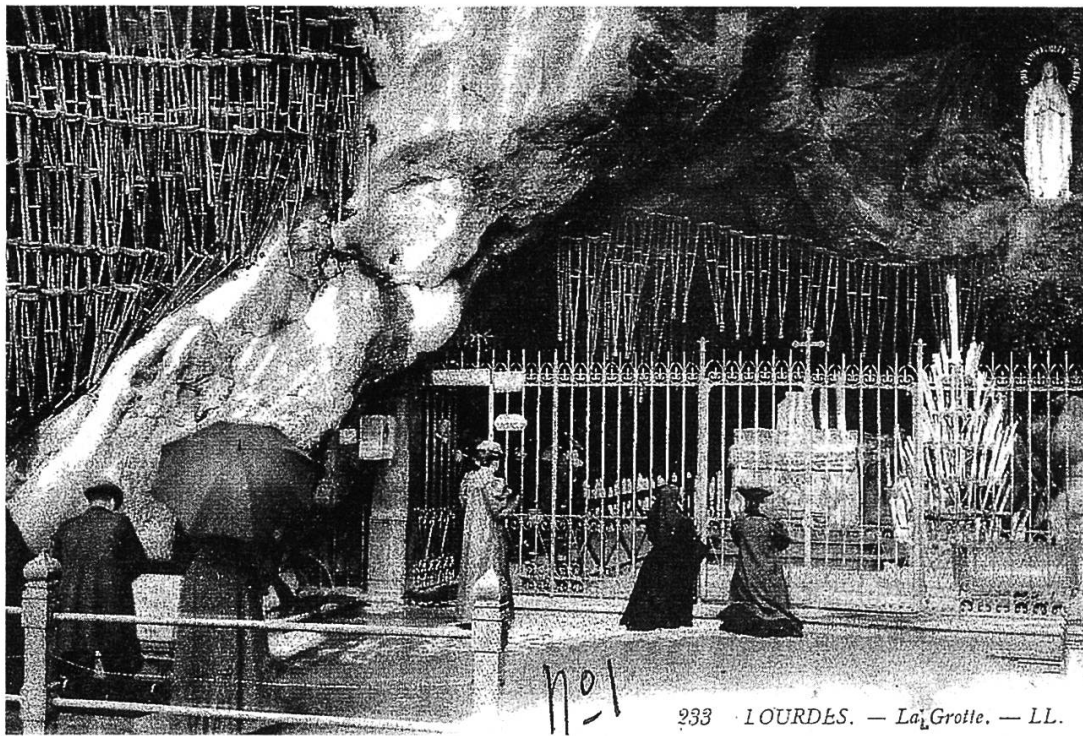
Da sich unsere Wirtschaft gegenwärtig in einer ähnlichen Krisenlage befindet, ist es nicht uninteressant zu erfahren, wie man vor fast hundert Jahren mit innovativen Massnahmen erfolgreich auf die unerfreuliche Situation zu reagieren versuchte.



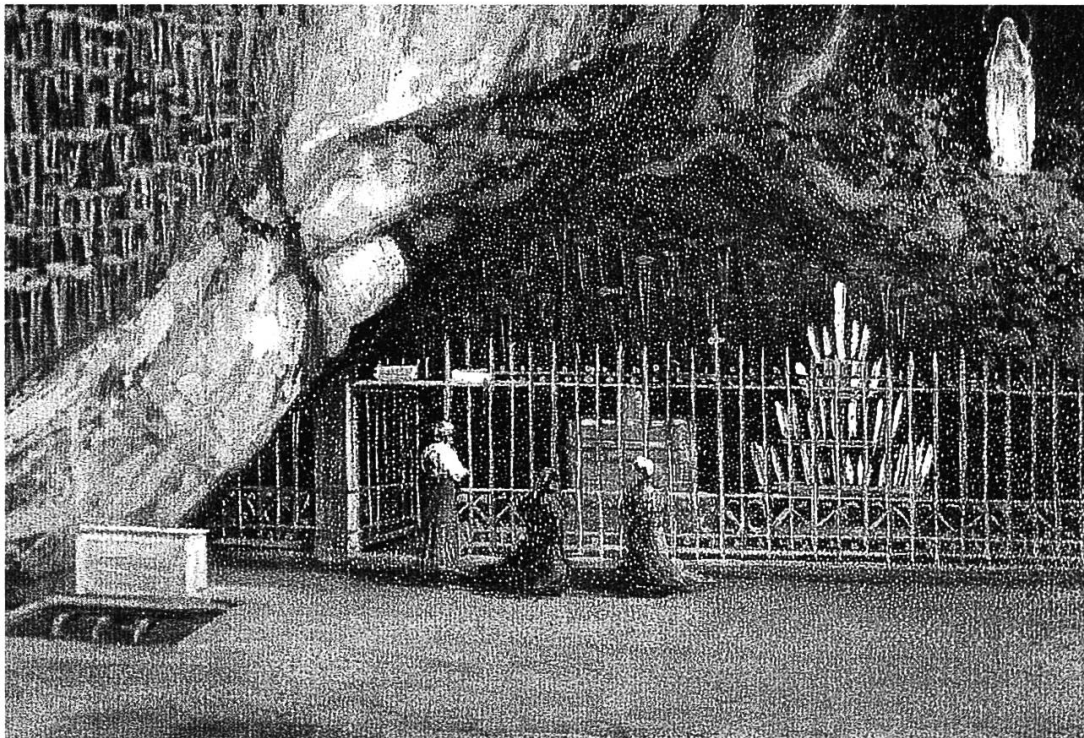
Die nicht sehr gelungene Postkarte mit der Gesamtansicht des Wallfahrtsortes Lourdes mit der Basilika als Vorlage.



Was die Lauener Maler daraus gemacht haben. Hier sieht man deutlich, wie die Künstler ein untrügliches Gefühl für das Wesentliche und Schöne hatten.



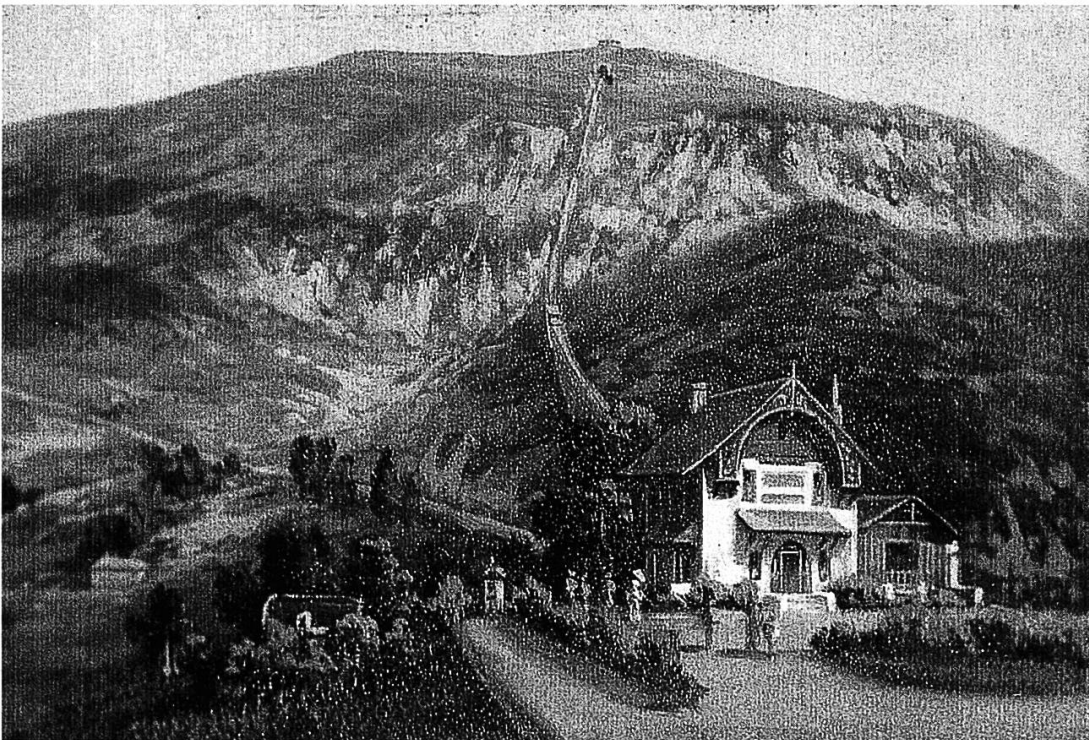
Die Postkarte mit der Grotte, wo die Marienerscheinungen stattgefunden haben sollen.



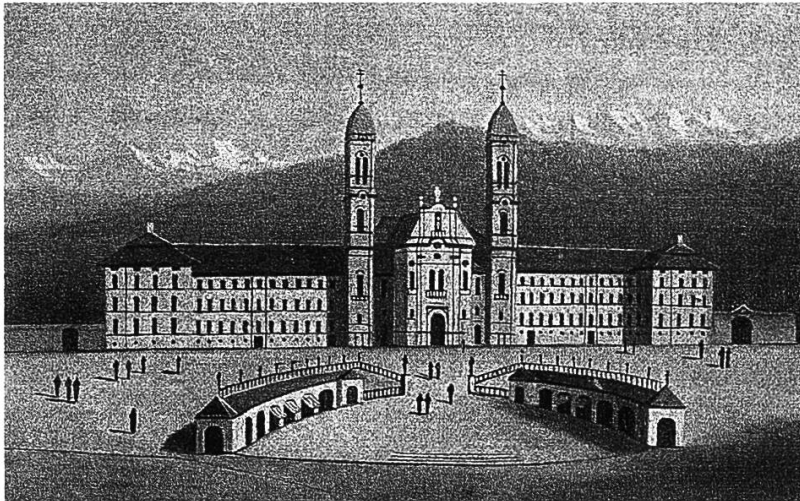
Die Grotte aus der Sicht der Souvenirmaler, reduziert auf das Wesentliche.



Postkarte, Chemin de Fer Funiculaire du Pic du Jer, einem beliebten Ausflugsort.



Gleiche Ansicht aus dem Verständnis der Maler.



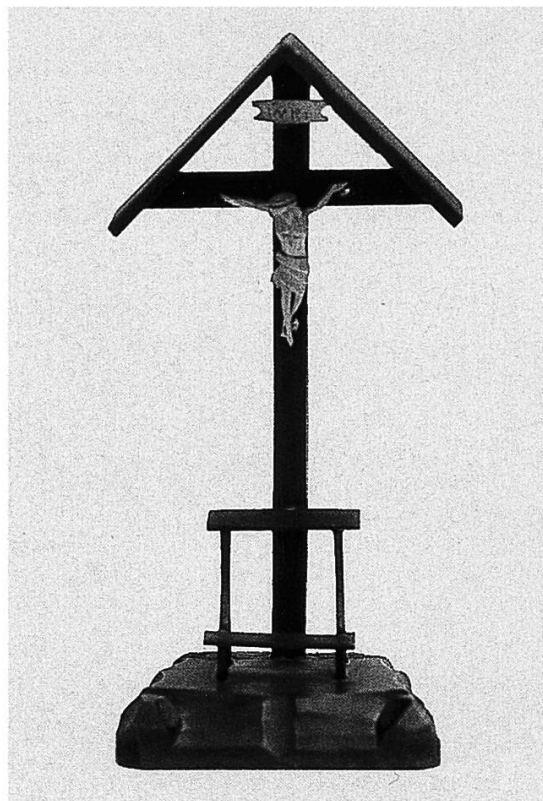
*Souvenir:
Kloster Einsiedeln
mit Verkaufsständen
im Vordergrund.
Öl auf Karton.
Postkartengrösse,
anonym.
Privatsammlung
Thun.*



*Vedute:
Hofkirche Luzern.
Arnold Bürki (Thun,
1866–1925, Bern)
Öl auf Karton:
Postkartengrösse,
monogrammiert A. B.,
datiert 1910.
Privatsammlung
Thun.*



*Kruzifix mit Weihwasserbehälter
Heimberger Majolika mit dem typischen
Edelweissdekor aus der Töpfereimanufak-
tur K. Loder-Eyer, Heimberg.*



*Von den Schnitzlern wurde in Holz ein
Gebetsstuhl mit Kruzifix geschaffen.*



Aus der Fülle italienischer und spanischer religiöser Kunst hat man diese beiden Werke ausgewählt. Diese Muster wurden aber nie in den Verkauf gebracht, weil offenbar die Herstellung zu aufwendig war und kostendeckende Preise im Verkauf nicht realisierbar waren.

Interessant ist aber der Herstellungsprozess. Der Einrahmer, Restaurator und Grafiker Werner Hodler entdeckte das Geheimnis unter dem Mikroskop. Auf Postkartengrösse verkleinerte Lithographien der Originalwerke waren im Handel in Schwarzweiss erhältlich. Sie wurden von den Malern auf eine dunkelbraun gebeizte Holzplatte geklebt und dann mit Ölfarben übermalt.



Ansätze zu dieser Technik finden wir bereits bei dem Vedutenmaler Johann Rudolf Bühlmann. (Vgl. das Umschlagbild von Markus Krebsers Buch «Mein liebes Thun», 1986, dritte Auflage). Das Bild zeigt die früheste bekannte Gesamtansicht der Stadt Thun, 1860 vom Jakobshübeli aus. Es entstand in einer Mischtechnik von Wasserfarben mit Ölfarben auf einer Photographie, da ja Bühlmann auch ein guter Photograph war. Er wählte diese Methode, weil er ein guter Maler war, der aber nicht zeichnen konnte. Erst sein gleichaltriger Malschüler Carl Fuchs (Meinigen D. 1836–1886 Bern) brachte ihm als Gegenleistung das Zeichnen bei.