**Zeitschrift:** Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires

**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

**Band:** 83 (1987)

**Heft:** 3-4

**Artikel:** Heilige im Dutzend : die Heiligenfiguren "dit de Saint-Sulpice" und ihre Funktion als Stützen katholischer Sinnenwelt

**Autor:** Civelli, Stefan

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-117608

**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:** 02.07.2025

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

# Heilige im Dutzend

## Die Heiligenfiguren «dit de Saint-Sulpice» und ihre Funktion als Stützen katholischer Sinnenwelt

Von *Stefan Civelli*

Thema dieses Beitrages sind jene massenproduzierten Christus-, Marien- und Heiligenfiguren aus Gips, Terrakotta oder ähnlichen Materialien, welche seit der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts die katholischen Kirchen und viele katholische Haushalte zu erobern und besetzen begannen: die Heiligen im Dutzend[1].

Heute ist ihre Präsenz dünn geworden. Kaum dass wir sie irgendwo noch knien, beten oder segnen sehen. Vielleicht an einem Wallfahrtsort wie Lourdes oder Paray-le-Monial, aufgestellt in Reih und Glied, bereit für den Verkauf. Oder in einer südeuropäischen Dorfkirche, verstaubt und etwas beschädigt auf Seitenaltären und Podesten. Allenfalls kennen wir sie vom Trödler oder aus dem Brockenhaus, billig zu haben zwischen all dem anderen Kram. Diese Heiligenfiguren kamen einst in Massen: handgefertigt oder maschinell hergestellt, aus kleinen und aus grossen Ateliers, gepresst aus Tonmasse, gegossen in Gips, geschnitzt in Holz, kaum einmal aus Marmor gehauen. Meist bunt, selten in «edlem» Weiss – als «Auferstandener» oder als «gefallene Sünderin». Sie kamen für jede Kultecke, jedes Buffet und jeden Altar in gewünschter Grösse, auch in Material und Bemalung jedem Geldbeutel angepasst. Öffnete sich derselbe, gab's den entsprechenden Gegenwert: Kunst und frommes Vorbild. Katholischer Glaube, handfest und zum Anfassen, aber meist zerbrechlich[2].

Rückten sie einst in Massen an, mussten sie so auch wieder gehen: Die einen konnten zwar ihren Knie- oder Stehplatz etwas länger halten als andere. Aber sie verschwanden zu Hauf. Einige via Estrich, andere direkt in den Müll.

### *1. Einleitende Bemerkungen*

Bevor Geschichte und Wirkung dieser Figuren dargestellt werden, seien zwei Bemerkungen vorangestellt:

a) Dieser Artikel kann nur ein unvollständiges Bild nachzeichnen, denn Quellenlage und Literatur zum Thema sind dürftig[3]. Dies mag sich zum Teil aus der Scheu erklären, mit welcher Volkskunde wie Kunstgeschichte bis vor wenigen Jahren massenproduzierte und sogenannt ästhetisch minderwertige Kunst als ihren Untersuchungsgegenstand

anerkennen wollten[4]. Es ist aber zu bedenken: Diese Statuen und Statuetten waren Gegenstände des religiösen Alltags, Objekte der katholischen Teilkultur[5]. Allein schon die Tatsache der zahlenmässig grossen Verbreitung der Figuren innerhalb dieser Teilkultur rechtfertigt die volkskundliche Auseinandersetzung mit ihnen[6]. Gleichzeitig ist auf Begriffe wie «Kitsch» und «Devotionalienschund» zu verzichten[7]. Mit arroganter Überheblichkeit und dem Wissen, was wertvoll und was missachtenswert sei, darf sich die Volkskunde den materiellen Erscheinungen eines kulturellen Systems nicht nähern. Tut sie es dennoch, läuft sie Gefahr, Äusserungen dieses Systems nicht ernst zu nehmen, d.h. ihre Bedeutung zu unterschätzen.

b) Zur Benennung dieser Kunst: In der deutschen Sprache, selbst in der kunstgeschichtlichen Terminologie ist kein Begriff vorhanden, der diese Kunst und den Stil dieser Figuren griffig charakterisieren könnte. Deshalb benutze ich hier – im Sinne einer Notlösung – den französischen Ausdruck «l'art dit de Saint-Sulpice»[8]. Er umschreibt massenproduzierte Gegenstände mit folgenden gemeinsamen Merkmalen: Sie stammen aus dem religiösen Gebrauchskreis, haben infolge technischer Neuerungen im Produktionsprozess und durch die zunehmenden Möglichkeiten der geographischen Verbreitung (Eisenbahn, Post usw.) weite Verbreitung erfahren. Dabei spielt auch ihr niedriger Preis eine Rolle[9].

## *2. Überblick zur internationalen Figurenproduktion*

a) Die Sainterie von Vendeuvre

Die Geschichte der Figurenproduktion und -verbreitung ist erst zu kleinsten Teilen aufgearbeitet. Gut erforscht – und somit die Ausnahme – sind Geschichte und Produktion der sogenannten «Sainterie», einer Statuenfabrik im französischen Vendeuvre[10].

1841 begibt sich der junge Bildhauer Leon Moynet (ein Atheist!) von Paris nach Besançon. Während eines Zwischenhaltes in Troyes lernt er einen Bildhauer namens Valtat kennen. Valtat arbeitet an der Rekonstruktion von Figuren, welche während der Revolutionszeit zerstört worden sind. Moynet entschliesst sich, für die Dauer von sechs Monaten Valtat zur Hand zu gehen. Nebst dieser Assistenz arbeitet Moynet an eigenen Modellen, zeigt eines davon auf einer lokalen Kunstausstellung, wird dadurch bekannt – Aufträge folgen. So kann er 1842 in Vendeuvre eine Scheune erwerben und sie zu einem Atelier ausbauen. Der Betrieb wird ständig grösser: 1850 beschäftigt Moynet bereits 12 Bildhauer, die mit ihm zusammen Originalmodelle herstellen, wobei von jedem Modell etwas mehr als 100 Abgüsse gefertigt werden können.

Bereits übernehmen Maschinen einzelne Arbeitsgänge, z.B. das Vorbereiten, Kneten und Pressen der Tonmasse, die anschliessend geformt und gebrannt wird. So wandelt sich der «Sculpteur» zum Industriellen. Als 1890 das Unternehmen an den Schwiegersohn übergeht, beschäftigt es mehr als 80 Personen, 1900 sind es sogar 100. Der Katalog von 1914 bietet 2000 Originalmodelle an, viele davon in neun verschiedenen Grössen. Bis zu diesem Zeitpunkt hat die «Sainterie» mehr als 500 000 Artikel produziert und abgesetzt (Statuen, Statuetten, Kreuzwegstationen, Kruzifixe usw.). Monatlich verlassen rund 1000 Modelle das Werk. 40% der Produktion gehen ins Ausland, der grösste Teil davon nach Amerika. Die Herstellungsmethoden verfeinern sich ständig und werden immer rationeller (Verfahren mit auswechselbaren Figurenteilen). Einen ersten Rückschlag erleidet der innerfranzösische Absatz 1904. Man versucht, ihn durch stärkere Verlagerung auf den internationalen Markt abzufangen. Zugleich werden profane Motive (griechische Statuen, Nackedeis, Urnen usw.) ins Angebot aufgenommen. Zwar kommt der nächste grosse Rückschlag erst in den 40er Jahren, doch die blühenden Zeiten des Unternehmens sind vorbei. Nach dem Zweiten Weltkrieg versucht der Fabrikbesitzer erfolgslos, Pariser Künstler anzuregen, neue dem Zeitgeschmack entsprechende Figuren zu entwerfen. Es fruchtet nichts. 1956 muss die «Sainterie» ihre Statuen- und Statuettenproduktion aufgeben und kann nur noch dank der Herstellung von Ofenkacheln weiterexistieren. Wenig später muss auch diese aufgegeben werden. Nach der Schliessung der Fabrik bleiben die Gebäude stehen – und mit ihnen der berühmte Ausstellungsraum des Unternehmens, das «Paradies», worin sich etwa 400 Figuren befinden. 1979 regen sich Pläne, die Fabrik abzureissen oder sie in ein Museum umzuwandeln. Der Abbruch ist nicht zu verhindern, doch dank des Engagements von Kunsthistorikern, Religionswissenschaftern und Ethnologen gelingt es, wenigstens die noch vorhandenen Statuen zu retten[11].

b) Die internationale Produktion und Verbreitung der Figuren

Aufstieg, Blüte und Niedergang der «Sainterie» dürften für diesen Industriezweig beispielhaft sein. Allenfalls sind bei kleinen Unternehmen (Familienbetrieben) zeitliche Verzögerungen anzusetzen.

Die (teilweise) mechanisierte Produktion der Statuen und Statuetten beginnt um die Mitte des 19. Jahrhunderts. Der zunehmende Einsatz von Maschinen bewirkt Produktionssteigerungen, mit welchen eine Ausweitung des Marktes einhergeht. Die hohen Verkaufszahlen und die Verwendung billiger Materialien bewirken niedere und z.T. sogar sinkende

Preise, welche sich im Konkurrenzkampf günstig auswirken. (So war die St-Sulpice-Kunst eine – was den katholischen Bevölkerungsteil angeht – demokratisierte Kunst.) Im Gerangel um Marktanteile sind auch die zusehends bunteren und umfangreicheren Kataloge von grosser Bedeutung[12]. In den 30er, spätestens in den 40er Jahren dieses Jahrhunderts beginnt die Krise im Figurengewerbe.

In Frankreich gab es neben der «Sainterie» mindestens sieben weitere grosse Betriebe[13]. Heute arbeiten nur noch deren zwei: Eine Fabrik in Saumur und eine in Tours, die 1983 rund 9000 Figuren hergestellt hat. Davon blieben die meisten in Frankreich, die übrigen wurden zum grössten Teil in den französischen Überseegebieten, Italien, Belgien und der Schweiz abgesetzt. Man darf davon ausgehen, dass es auch in Frankreich kleine (Familien-)Betriebe gab, welche Statuen und Statuetten fertigten.

Für Holland, Belgien, Deutschland, Österreich und Italien sowie die Schweiz sind Produktionsbetriebe nachweisbar (s. Anm 14). Ihre genaue Anzahl ist aber unbekannt, ebenso ihre Kapazitäten und Absatzgebiete.

c) Kritik und Zustimmung

Widerspruchslos wurden die Figuren nicht überall hingenommen, vereinzelt gab es frühe Kritik, auch von seiten des Klerus[15]. Das Hauptargument der Gegner war, dass hier Fabrikware in den Kult oder die private Frömmigkeit einbezogen werde[16]. Erst in den Jahren nach 1910 wurden zusätzlich seelsorgerische Bedenken geäussert. Stellvertretend ein Beispiel aus der Schweizerischen Katholischen Kirchenzeitung (SKZ) von 1917:

> «Statuen und Gemälde sind Zutat zur Kirche, sind nicht notwendig, darum verschone man eine Kirche lieber ganz mit Statuen und Gemälden, als dass man sie mit abgeschmackter, rasseloser und charakterloser Fabrikware verunstalte. Man wird einwenden, die Hauptsache sei, wenn ein Bild erbaue. Ganz richtig. Aber wenn jede beliebige und an sich inhaltsleere, aber süsslich dreinschauende Heiligenfigur das Volk erbaut, so ist das ein Zeichen dafür, dass sein Geschmack von Jugend an irregeleitet worden ist, abgesehen davon, dass der Kirchenbesucher vielleicht unbewusst zur Meinung gekommen ist, dass das Wesen der Frömmigkeit und Heiligkeit in einer gewissen Gemütssüssigkeit bestehe»[17].

Auch die Kirchenleitung schaltete sich in die Figurenfrage ein. Zwei päpstliche Rundschreiben aus den 20er Jahren forderten, die St-Sulpice-Statuen sollten aus den Kirchen entfernt werden[18]. Dieser Weisung wurde in vielen Kirchen nicht nachgekommen. Eine Auswertung von Fotos von Kircheninnenräumen in den Kantonen Zug und Schwyz hat ergeben, dass in den untersuchten Kirchen (sie stellen eine repräsentative Auswahl dar) in den Jahren 1930/40 noch mindestens 89 solcher Statuen aufgestellt waren[19]. Wenn sie mit der Zeit dennoch verschwanden, ist dies vor allem auf den Geschmackswandel zurückzuführen. Dies

gilt auch für den privaten Gebrauchskreis, wo sich die Figuren allerdings länger halten konnten.

Nun darf aber keineswegs der Eindruck entstehen, der Stil «dit de St-Sulpice» sei eine ausschliesslich in der religiösen Kunst benutzte Ausdrucksform. Die Motive – Heiligenstatuen – sind zwar eindeutig der katholischen Teilkultur zuzuordnen, der Stil aber ist eingebettet in Strömungen der profanen Kunst des 19. Jahrhunderts[20].

d) Ursachen der Verbreitung

Doch die Verwandtschaft mit der zeitgenössischen Kunst erklärt nicht, weshalb die Heiligenfiguren bei der katholischen Bevölkerung so grosse Verbreitung finden konnten. Um dies verständlich zu machen, sind einige Bemerkungen zur damaligen Situation der Kirche und der von ihr geförderten Normen und Verhaltensweisen nötig[21].

Im 19. Jahrhundert erlebte die Kirche grosse Herausforderungen. Verschiedene theoretische und praktische Bewegungen stellten die Kirche und die von ihr konstruierte und vertretene Sinnwelt in Frage (Rationalismus, Darwinismus, Marxismus usw.). Nicht umsonst spricht man von einer Zeit der «Säkularisierung, Rationalisierung und Entzauberung der Welt»[22].

Stellten solche Ideen die von der Kirche gegebenen und verwalteten Erklärungen der Welt und des menschlichen Lebens, die katholische Sinnwelt also, in Frage, musste die Kirche gleichzeitig eine damit zusammenhängende politische Auseinandersetzung bestehen: den Kulturkampf. Die Kirche fühlte sich bedroht und vermittelte dieses Gefühl ihren Gläubigen weiter. Sie musste reagieren, damit sie nicht noch mehr Mitglieder verlor und die ihr verbliebenen Stärken innerlich festigen konnte. So sind denn Ultramontanismus, Syllabus und das Dogma der päpstlichen Unfehlbarkeit als kirchliche Antwort auf die Herausforderung durch weltliche Ideen zu verstehen: Die Gläubigen sollten innerlich und äusserlich an die Institution Kirche gebunden werden[23]. Dazu dienten einerseits der Aufbau katholischer Organisationen (man denke an die katholische Vereinskultur)[24] und andererseits die Förderung und Ausschmückung des Kultes[25], was sich in den folgenden vier Bereichen zeigte:

1. Die Herz-Jesu-Verehrung wurde gefördert.
2. Ebenso die Marienverehrung (Marienerscheinungen von La Salette 1848 und Lourdes 1858, in deren Folge sich ein neues Marienbild ausbreitete; Förderung des Rosenkranzgebetes).
3. Der Durchführung von Massenanlässen mit demonstrativem Öffentlichkeitscharakter (Wallfahrten, eucharistischen Weltkongressen) wurde grosse Bedeutung zugemessen.

4. Die Heiligenverehrung wurde verstärkt. Ergibt die Statistik, dass das 19. Jahrhundert zwar nicht die gleiche Dichte an Heiligsprechungen aufweist wie das 17., kann doch von einem «Jahrhundert der Heiligen» gesprochen werden. Konjunktur hatten auch «traditionelle» Heilige, besonders die Heiligen Antonius und Joseph, der Arbeiterheilige. Es dürfte typisch sein, dass nach Mitte des 19. Jahrhunderts weder kanonisierte Theologen noch grosse christliche Denker (z.B. Thomas Morus) popularisiert wurden, sondern eher «einfache» (oder so topoisierte) Gestalten der Kirchengeschichte, die gut und einprägsam als fromme, unkritische Vorbilder zu verwenden waren; Vorbilder, die zeigten, wie der Gläubige sich verhalten solle und wie den kirchlichen Forderungen problemlos und ohne Zweifel nachzuleben sei. Diese Förderung der Heiligenverehrung ist begleitet von einer Flut an Literatur über Heilige (vgl. Abschnitt 4 dieses Artikels).

Drei der erwähnten Punkte stehen in Zusammenhang mit dem Figurenboom. Denn die Förderung der Christus-, Marien- und Heiligenverehrung bewirkte ein Echo im Bild- und Figurenbereich. Heiliges und Heilige mussten konkretisierbar sein. Dazu sind Bild und Figur geeignete Mittel. Dank der Technik waren die Kapazitäten vorhanden, diesen neu geschaffenen Bedarf an Figuren und Bildern zu decken. – Nun benötigt Heiligenverehrung keine Öffentlichkeit. Man kann sie auch im privaten Bereich ausüben. So ist in den kirchlichen Massnahmen zugleich ein Trend zu Privatisierung und Individualisierung der Frömmigkeitsformen feststellbar. Die gefühlsmässige Ausrichtung der Kultformen mit dem Ziel einer Verinnerlichung verstärkte diese Tendenzen.

In diesem Umfeld also, getragen durch den kräftig geförderten Heiligenkult, konnten die Figuren eine solch grosse Verbreitung erfahren[26].

## *3. Das Beispiel Einsiedeln*

a) Die figurenproduzierenden Betriebe

Der Wallfahrtsort Einsiedeln war zwischen 1884 bis um 1960 das Zentrum des Statuen-Vertriebs und der Statuetten-Herstellung der Schweiz.

Diese Verbindung von Wallfahrsort und Figurenhandel kann nicht zufällig sein, im Ausland gibt es mehrere vergleichbare Beispiele (Lourdes, Paray-le-Monial, Kevelaer usw.).

Ein grosses Angebot von Souvenir- und Devotionalienartikeln regt den Wallfahrer zum Kauf an. Vielfach ist eine figürliche Kopie des Gnadenbildes gewünscht. So waren kleine Kopien der Einsiedler Muttergottes (aus Tonerde gebrannt, sogenannte «Leycheibene»)[27] schon früh beliebte Mitbringsel der Pilger aus Einsiedeln[28]. Im 18. und 19. Jahrhun-

dert wies der Ort eine Reihe von lokal und regional bedeutenden figürlichen Künstlern auf. Deren Spezialität waren Ton-, Wachs- oder Gipsarbeiten[29]. Einer von ihnen, Peter Ochsner (1809–1865), initiierte die eigentliche Massenproduktion im Dorf. Ursprünglich Holzschnitzer, gab er nach einem Studienaufenthalt in München (1832) diese Beschäftigung auf und wandte sich der Fabrikation religiöser Artikel (Kreuze, Heiligenfiguren usw.) zu, welche er in Gips vervielfältigte und verkaufte. Es ist zu vermuten, dass er den Anstoss zu dieser Produktionsmethode in München erhielt[30]. Doch scheint er bald nicht mehr der einzige Hersteller massenproduzierter Figuren gewesen zu sein. Denn in einem Protokoll einer Bezirksratssitzung vom 3. Juni 1844 ist u.a. folgendes Geschäft erwähnt:

«Herr Richter B. namens Bildhauer Ochsner, beklagt sich, dass ihm (P. O.) seine Kunstprodukte, die er oft mit viel Mühe und Zeitaufwand verfertigte, von anderen Bürgern abgeformt und sodann verkauft werden, wodurch er ausserstande sei, seine eigenen Abdrücke des selbst verfertigten Originales zu verkaufen und so sein Brot zu gewinnen»[31].

Ochsner bittet um Beistand der Regierung, die seinem Gesuch entsprechen wird.

Dieser Protokollauszug macht deutlich, dass bereits 1844 ein Figurengewerbe (nebst der Produktion der «Leycheibene») existierte.

Zu einem dieser frühen Betriebe sind genauere Angaben vorhanden: 1798 eröffnete der ehemals klösterliche Buckdrucker Matthäus Lienhardt ein Unternehmen, welches Andachtsgegenstände aus Wachs und Lehm herstellte. Sein Sohn führte das Geschäft weiter, dessen Nachkomme vergrösserte den Betrieb um 1879 – drei Gipser, drei Maler und fünf schulentlassene Mädchen wurden nun beschäftigt. Zu den hergestellten Artikeln gehörten auch Heiligenfiguren. Von 1884 bis 1898 inserierte Lienhardt oft in der SKZ und empfahl sich dort vor allem für Krippenfiguren, «Heiligen- und Maria-Statuen, Auferstehungen, Maria von Lourdes, Engel, knieend und stehend...»[32] in verschiedenen Ausführungen und Grössen von 10 bis 100 cm, «Maria Lourdes von 10 Centimeter bis 2 Meter» und «Maria von Einsiedeln in 6 Grössen...»[33].

Das Geschäft Lienhardts wird 1898 oder 1899 von Josef Alois Schädler übernommen. Er erwirbt den Figurenbetrieb, um seinen sechs Söhnen eine Existenzgrundlage zu verschaffen. Doch nur drei können sich für dieses Metier begeistern. Der älteste erlernt den Beruf des Fassmalers und übernimmt später die Firma, ein zweiter lässt sich zum Modelleur ausbilden, der dritte in der Firma beschäftigte Sohn stirbt früh. Hat J. A. Schädler ausschliesslich 20 cm hohe Vollgussfiguren hergestellt (und sich damit vor allem an private Käufer gewandt), werden von den

Söhnen wieder Hohlgussfiguren mit einer Höhe von bis 65 cm, Herz-Jesu- und Lourdes-Figuren mit einer Höhe von 80 cm (auf Bestellung noch grössere) gefertigt[34]. Die Originalmodelle schnitzt der Modelleur, als Vorlage benutzt er Kataloge französischer und deutscher Konkurrenzunternehmen. Schädler beliefert die Stände des Klosterplatzes, weitere Devotionalienhandlungen im Dorfe, auch hat er auswärtige Kunden[35]. In den 20er Jahren beschäftigt der Betrieb etwa 12 Arbeiterinnen und Arbeiter. Im folgenden Jahrzehnt sinkt der Absatz, vor allem wegen der «grossen deutschen Konkurrenz»[36]. So entschliesst sich einer der beiden Geschäftsinhaber, die Firma zu verlassen. Grosse Teile des Lagerbestandes werden nach Altötting, der Rest nach England verkauft. Das Unternehmen verkleinert seine Belegschaft zusehends. 1957 wird die Firma an den 21jährigen Einsiedler Willi Auf der Maur verkauft.

Einige Zahlen mögen verdeutlichen, welchen Einbruch der Absatz von Figuren zwischen Kriegsende und etwa 1955 erlitt[37]: 1947 boten Schädlers 305 verschiedene Motive an, 1955 noch 81. Gab es 1947 fünf mögliche Farbausführungen, waren es später drei.

Aufschlussreich ist ein Vergleich, welche Motive wann in wieviel Grössen angeboten wurden (indirekt lässt sich dadurch die motivspezifische Nachfrage aufzeigen):

| | 1947 | 1955 |
|---|---|---|
| Lourdes-Statuetten | 14 | 8 |
| Einsiedler Madonna | 7 | 7 |
| Bernadette (von Lourdes) | 7 | 6 |
| Muttergottes und Kind | 15 | 4 |
| Bruder Klaus | 15 | 4 |
| Unbefleckte Empfängnis | 15 | 1 |
| Herz-Jesu | 15 | 1 |
| hl. Joseph | 15 | 1 |
| hl. Antonius | 15 | 1 |

Hingegen steigert sich in diesem Zeitraum das Angebot an profanen Darstellungen (wie z.B. lachender Knabe, Beethovenbüsten usw.) von 5 auf 17. Diese Entwicklung zeigt, wie versucht wurde, die Absatzeinbusse bei den religiösen Figuren durch Angebotssteigerung bei den profanen etwas wettzumachen[38].

Zur weiteren Geschichte des Unternehmens: Der Nachfolger Willi Auf der Maur, ein gelernter Töpfer, erwirbt 1957 keine florierende Firma. Er weiss das, doch seine Eltern haben ihm geraten, Geschäftserfahrungen könne er am ehesten mit einer kleinen Firma sammeln. Unter seiner Leitung entstehen keine neuen Originalmodelle. Er benutzt diejenigen der Vorgänger und stellt damit Einsiedler- und Lourdes-Madonnen, Bernadette-Statuetten, Marien-, Unbefleckte Empfängnis-, Bruder-Klaus-

und Herz-Jesu-Statuetten her[39]. Bereits 1962 endigt das Experiment, da die Figurenproduktion keine Existenzgrundlage mehr bietet. Der Firmeninhaber wendet sich nun ganz der Töpferei zu.

Nikolaus Remigius Kälin (1835–1913)[40] gründete einen weiteren figurenproduzierenden Betrieb. Das Entstehungsjahr ist unbekannt. Der Sohn des Firmengründers, August Kälin (1877–1973), trat mit 15 Jahren ins väterliche Geschäft ein und erlernte die Berufe des Modelleurs und Fassmalers. In der Zwischenkriegszeit konnte er zwei Fassmaler aus Mönchengladbach verpflichten, welche in der dortigen Figurenproduktion gearbeitet hatten. Sie «brachten viele Neuheiten mit»[41]. Nebst diesen waren noch ein Giesser und ein Verputzer angestellt. Als die beiden Deutschen in ihre Heimat zurückkehrten, wurden die Stellen mit Einheimischen besetzt. Auch war der Sohn des Firmenbesitzers (*1922) unterdessen ins Geschäft eingetreten, das während des Krieges so gut lief[42], dass sogar Giessaufträge an eine Zürcher Firma vergeben werden mussten. Sie produzierte u.a. Aktfiguren. Trotz grossem Drängen des Sohnes, solche ebenfalls ins Angebot aufzunehmen, da damit doch eine zusätzliche Käuferschicht angesprochen werden könne, lehnte der Firmenbesitzer dies ab. Nach dem Krieg – die Firma hatte mittlerweile einen in Luzern wohnenden Vertreter[43] – wurde die Konkurrenz durch ausländische Unternehmen und durch Schädler spürbar. «Es begann, nicht mehr zu rentieren»[44]. So verliess der junge Kälin das Geschäft[45], sein Vater arbeitete weiter bis Ende der 60er Jahre. Diese Firma produzierte vor allem Krippenfiguren, Lourdes-Madonnen, Herz-Jesu-, Herz-Mariä-, Josephs- und Antonius-Statuetten in den Grössen 25, 30, 40, 55 und 60 cm. Bruder Klaus wurde als Büste (in drei Grössen) zwischen 15–30 cm und als Figur von 30 cm und 40 cm Höhe gegossen.

Nur von einem der genannten Betriebe (und zudem nur für einen kurzen Zeitraum)[46] sind Produktionszahlen verfügbar. So ist für Einsiedeln insgesamt nicht feststellbar, von welchen Motiven grosse bzw. geringe Stückzahlen produziert worden sind. Die Gewährsleute geben an, dass vor allem Einsiedler- und Lourdes-Madonnen, Herz-Jesu-, Herz-Mariä-, Josephs- und Antoniusstatuen hergestellt wurden. Gegen Ende der 40er Jahre hat sich das Schwergewicht der Produktion immer mehr auf Einsiedler-Madonnen, Bruder-Klaus-Figuren und Lourdes-Gruppen verlagert, was wie folgt erklärbar ist. Die Einsiedler Madonna ist das lokale Motiv. Bruder Klaus wird 1947 heiliggesprochen, sein Kult erlebt nach dem Zweiten Weltkrieg eine Hochblüte. Und die Beliebtheit der Lourdes-Gruppen ist wohl abhängig vom verbreiteten Lourdes-Kult und der grossen Popularität der Wallfahrten nach Lourdes.

Wichtigstes Herstellungsmaterial war Alabastergips. Er erlaubte die beste Marmorimitation (allzu billig durften die Figuren ja nicht aussehen). Mit entsprechender Fassung wurden zudem andere Materialien nachgeahmt: Holz, Terrakotta und Bronze. Die Herstellung geschah arbeitsteilig. Die Männer übernahmen das Giessen und meist auch das Bemalen der Figuren, während die Frauen für das «Abmehlen» (Entfernen von Kanten und Unebenheiten) verantwortlich waren. Die Entlöhnung war schlecht. Ende der 50er Jahre erhielt ein Angestellter als Tagesentschädigung drei, etwas später fünf Franken[47]. – Ein anderes Beispiel: Stieg der Index der Lebenshaltungskosten von 1900 bis 1955 um etwas mehr als 200%, verteuerten sich die Figuren in diesem Zeitraum nur um 50%. Eine Ursache dafür ist im Umstand zu suchen, dass die kleinen Familienunternehmen sehr billig produzieren und verkaufen mussten, um gegen die grossen technisierten Firmen weiterbestehen zu können. Dies ging am ehesten in Verbindung mit einem Wallfahrtsort, wo auch kleine Betriebe einen relativ grossen Käuferkreis ansprechen und ein Motiv herstellen konnten, das für ein Grossunternehmen weniger interessant, weil nur von regionaler Bedeutung war, wie z. B. die Einsiedler Madonna.

b) Die figurenvertreibenden Unternehmen

In Einsiedeln gab es mehrere Unternehmen, welche nicht selbst Figuren produzierten, sondern sie nur vertrieben. Die interessante und z.T. innerfamiliäre Konkurrenzsituation auf dem Platz Einsiedeln kann hier nicht aufgezeigt werden.

Zwei Unternehmen seien stellvertretend vorgestellt: Das Unternehmen Benziger & Co.[48] wurde 1792 gegründet und entwickelte sich zum weltberühmten Imperium, weltweit führend im technischen Know-how und in der Breite seines Angebotes. Im schweizerischen Kulturkampf war es ein wichtiger Pfeiler der katholischen Teilkultur. Zwei päpstliche Ehrentitel belegen dies[49]. Es ist unklar, zu welchem Zeitpunkt Benziger Heiligenfiguren in sein Verkaufsprogramm aufnahm. 1878 jedenfalls bietet er Zink- und Gipsstatuen aus Münchner Fabrikation an[50]. 1883 wechselt er den Lieferanten. Sämtliche Statuen bezieht er nun vom Pariser Unternehmen Froc-Robert, welches

> «Unübertreffliches leistet auf dem Gebiet der Bildhauerei und Architektur nach mittelalterlichem Vorbild. Seine Statuen sind Schöpfungen wahrer Kunst, welche mit eminent religiösem Ausdruck zur Andacht stimmen»[51].

Hervorgehoben werden in Benzigers Inseraten die günstigen Preise, die gediegene Kolorierung in verschiedensten Ausführungen, das solide Material. Die Werbung richtet sich vor allem an die «hochwürdige

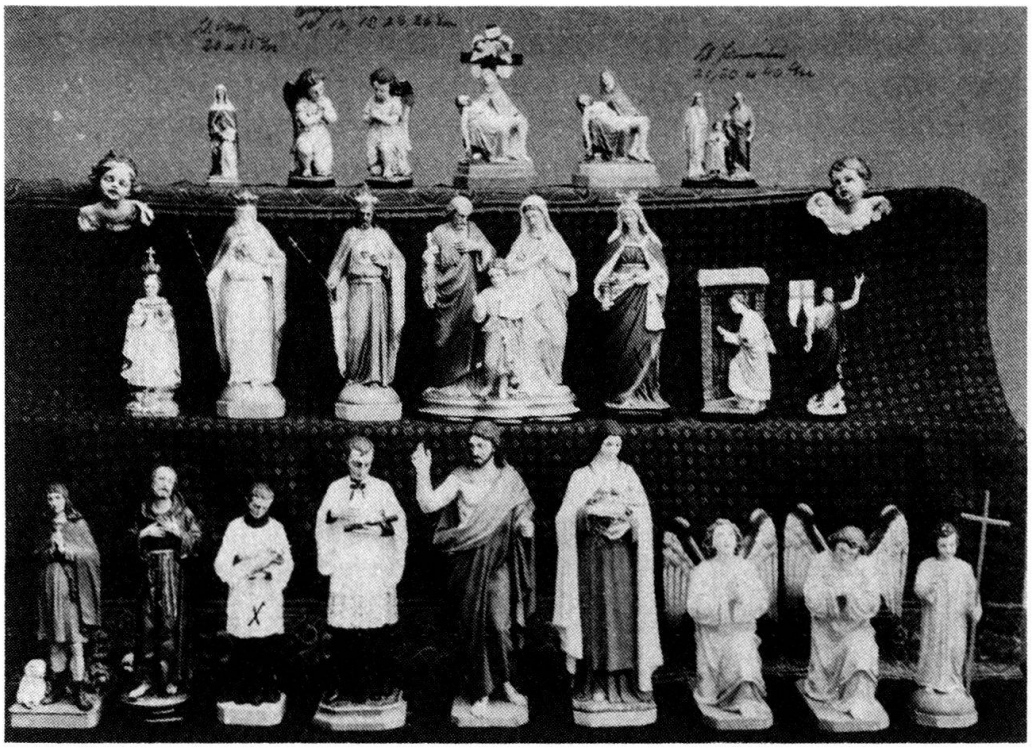

Abb. 1: Foto für Katalog der Firma Schädler. Querschnitt durch die Produktion der Firma. Um 1950. Aus: Archiv Auf der Maur.

Abb. 2: Illustration aus: Dirkse, P.: Hier woonden katholieken. In: Vroomheid per dozijn. Rijksmuseum het catharijneconvent utrecht. Ausstellungskatalog: Utrecht: Rijksmuseum het Catharijneconvent 1982, 52.

Geistlichkeit, die Kirchenvorstände ... sowie alle Kunstfreunde und mildtätigen Spender für Kirchen»[52]. 1884 bietet Benziger seiner Kundschaft bereits einen Figuren-Spezialkatalog mit über 300 Illustrationen an[53]. 1888 beginnt er eine Inseratenkampagne in der SKZ[54]. Herrschen dabei bis 1889 Abbildungen vor, wird nachher der Textteil aufgewertet:

«Man schreibt uns, oft erkenne man sie (die Statuen) auf den ersten Blick, und man bete so gerne und zuversichtlich zu ihnen, da sie zu leben und zu hören scheinen, sie verkörpern wahrhaft fromme Auffassung, ideale Schönheit und geistvollen Gesichtsausdruck, ihre Gewandung sei künstlerisch, mit Zartheit und Harmonie in den Farben, auch mit den bescheidensten Mitteln habe man etwas wirklich Schönes, zur Andacht Erhebendes und Dauerhaftes»[55].

Bereits ab 1895 werden die Reklamen für die Figuren seltener, 1908 erscheint ein letztes illustriertes Inserat[56]. In den Reklamen dominieren – man beachte die (höchstens zeitlich etwas verschobene) Parallele zur Produktion der kleineren Firmen – Herz-Jesu-, Marien- und Unbefleckte Empfängnis-, aber auch Josephs-Statuen, die in einer Grösse von 70 bis 200 cm erhältlich waren (das Herz-Jesu-Motiv gab es später sogar in Grössen von 20 bis 350 cm)[57]. Wann die Firma begann, ihr Statuenangebot abzubauen, bleibt unklar[58]. Über die zeitliche Ausdehnung des Statuenvertriebes kann ebenso nichts Genaues gesagt werden[59].

Der Devotionalienhandel und das Geschäft mit Kirchenartikeln müssen einträglich gewesen sein. Anders ist es wohl nicht zu erklären, dass ein Cousin der Inhaber der Firma «Gebrüder Benziger & Co.» 1885 eine Konkurrenzfirma gründete: «Adelrich Benziger & Co., Anstalt für kirchliche Kunst und Industrie». Sie begann mit viel kirchlichem Lob und «besten Segenswünschen»[60]. Ab 1885 sind Figuren in ihrem Angebot. 1896 stirbt der Firmengründer; sein Sohn übernimmt das Geschäft und führt es bis 1907 weiter. Dann wird es liquidiert[61].

Es ist nicht feststellbar, von wem «Adelrich Benziger & Co.» die Statuen und Statuetten bezog. Als Bezugsorte geben die Kataloge lediglich Paris und München an[62]. Den Inseraten – worin vor allem für Herz-Jesu-, Marien-, Unbefleckte Empfängnis- und Josephs-Statuen geworben wird – ist zu entnehmen, dass die Figuren aus Steinmasse, in zwei möglichen Fassungen und Grössen von 80 bis 200 cm angeboten werden[63]. Der Katalog von 1886 zeigt, dass Adelrich Benziger auch Statuetten vertrieb[64].

Es ist zu vermuten – die zeitliche Konzentration der Figureninserate auf den Zeitraum von 1884 bis 1908 gilt als Indiz – dass der Figurenboom im kirchlichen Gebrauchskreis seinen Höhepunkt vor oder um die Jahrhundertwende erreicht haben dürfte.

Das Angebot der von den Firmen Benziger gehandelten Figuren

Abb. 3: Foto für Katalog der Firma Schädler. Herz-Jesu-Motiv in verschiedenen Grössen. Um 1950. Aus: Archiv Auf der Maur.

Abb. 4: Foto für Katalog der Firma Schädler. Marien-, Josephs- und Antonius-Statuetten. Um 1950. Aus: Archiv Auf der Maur.

stellte eine auf Schweizer Verhältnisse zugeschnittene Auswahl vom Sortiment der Lieferanten dar[65]. Da die Produktion der grossen ausländischen Figurenhersteller und das Angebot der Firmen in Einsiedeln (mit Ausnahme der Einsiedler Madonna und des Bruder Klaus) die gleichen Schwerpunkte aufweist, zeigt sich deutlich, wie einheitlich und zentral organisiert der Heiligenkult gewesen sein musste (vgl. Kapitel 2 a).

Bevor auf eine Funktion dieser Heiligenfiguren eingegangen wird, sollen die bisher gemachten Feststellungen in neun Punkten zusammengefasst werden:

1. Die Sinnwelt der katholischen Kirche wurde in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts entscheidend bedroht durch soziale, politische, ökonomische und kulturelle Bewegungen.
2. Darauf reagierte die Kirche. Zu ihrer Reaktion gehörte auch die Förderung der Frömmigkeitsformen. Darin enthalten waren Bemühungen, das «Heilige» an konkreten, vorbildhaften Personen der Kirchengeschichte aufzuzeigen.
3. Dies hatte eine Verstärkung des Heiligenkultes und dadurch eine intensive Beziehung vieler Gläubiger zu einzelnen Heiligen als Folge.
4. Geeignete Hilfsmittel für kirchlichen wie privaten Heiligenkult waren Heiligenfiguren und -bilder.
5. Die Figuren wurden dem allgemeinen Zeitstil entsprechend geschaffen. Erst mit der Zeit wurde der Stil «dit de St-Sulpice» zum Kennzeichen einer religiösen Teilkultur.
6. Die ökonomischen Bedingungen unterstützten eine schnelle und weite Verbreitung der Figuren.
7. Diese Verbreitung der Figuren deutet auch darauf hin, dass sie – neben der Förderung seitens der Kirche – einem Bedürfnis der Gläubigen entsprachen. Vielleicht empfanden sie die Figuren bzw. die Heiligenverehrung als «Hilfsmittel» in einer verunsichernden Zeit.
8. Nach der Jahrhundertwende begannen sich Teile des Klerus verstärkt von diesen Figuren abzuwenden. Die Gläubigen folgten, wohl etwas später. Jedenfalls hielten sich St-Sulpice-Figuren in unseren Gegenden länger im privaten Gebrauchskreis als im kirchlichen (vgl. Wohnungseinrichtungen usw.) Diese unterschiedlich lange Rezeption deutet auf unterschiedliche Bedürfnisse bzw. Ansprüche des offiziellen und des populären Katholizismus hin.
9. Die Präsenz der Heiligenfiguren muss im Zusammenhang mit der gesamten katholischen Teilkultur (Kult, Predigten, Vorträgen, Liedern, Literatur, Bildern, Vereinen, Wallfahrten usw.) gesehen werden.

## *4. Die Sozialisations- und Stützfunktion der Figuren*

a) Die theoretischen Modelle

Solche Figuren sind wie auch Bilder Agenten der Sozialisation. Sie vermitteln Aussagen, Meinungen oder Mitteilungen[66], auch wenn der Betrachter ihnen ablehnend gegenübersteht. Figuren können einem Individuum z.B. ästhetische Werte vermitteln, also geschmacksbildend wirken. Figuren können darüber hinaus in verhaltenssteuernder Weise einem Betrachter bereits bekannte Werte und Normen wieder bewusst machen. Von der Verinnerlichung von Werten und Normen und der dadurch bewirkten «Steuerung» des katholischen Betrachters handelt der dritte Teil dieses Artikels.

Was also las der Gläubige, der solche Figuren in seiner Wohnung aufgestellt hatte oder in der Kirche vorgesetzt bekam? Es sei festgestellt, dass hierzu kein empirisches Material vorhanden ist, sondern die Arbeiten von Pierre Bourdieu und Erwin Panowsky herangezogen werden mussten[67].

Zur Theorie: Jedes Bild, jede Statue wird durch Betrachterin und Betrachter entziffert, decodiert. Dazu gehört, dass man Form, Farbe, Stil und Motiv eines Werkes wahrnimmt. Bereits dafür benötigt man viel Vorwissen: Fehlen bspw. Kenntnisse über Stilmerkmale, kann man den Stil eines Werkes nicht bestimmen. Kennt man die Attribute der verschiedenen Heiligen nicht, bleibt unklar, wen eine Darstellung zeigt. Jedes Kunstwerk wird auch auf seine Aussage (den immanenten Sinn) hin entschlüsselt. Dieser Vorgang geschieht ebenso aufgrund eines ganz bestimmten oral oder literarisch überlieferten Wissens[68], d.h. weitgehend schichtspezifisch: Den Code für die Entzifferung vermitteln Familie, Schule, Kirche und die eigene soziale Gruppe.

Für die hier beschriebenen katholischen Verhältnisse ist davon auszugehen, dass die Kirche und ihre Organisationen die «Bildungsarbeit» geleistet und ihren Mitgliedern den Entzifferungs-Code beigebracht haben. Genauer: Die Kirche und ihre organisatorischen Ableger vermittelten ihn durch Predigt, Vorträge, Literatur usw. Das einzelne Mitglied der katholischen Teilgesellschaft kennt Viten, Tugenden, Eigenschaften, Patronatsfunktionen und Attribute der wichtigsten Heiligen[69]. Zugleich ist klar, dass bei den kirchentreuen Katholiken kaum ein sehr unterschiedlicher Interpretationsschlüssel existiert haben mag. Er war schichtspezifisch ziemlich gleichförmig, da von der gleichen Institution vermittelt.

So lassen sich Bourdieus Thesen für unsere Rezipientengruppe folgendermassen umschreiben: Das Betrachten einer Heiligenstatue (-sta-

tuette) enthält ihre Decodierung. Sie bereitet dem «Entzifferer» keine grossen Schwierigkeiten, da er über einen von der Kirche vermittelten Code verfügt und die stilistischen Eigenschaften dieser Kunst (natürliche Darstellung usw.) eine Entzifferung zusätzlich erleichtern. So lassen sich die Figuren sofort als Abbildung eines Menschen in betender oder zumindest andächtiger Haltung identifizieren und dank des vorhandenen Wissens bzw. der Attribute als Abbild dieses oder jenes Heiligen bestimmen[70]. Ebenso dürften «Sinn und Gehalt» schnell entschlüsselt werden, denn die Kirche hat auch dafür die Inhalte bereits zum voraus geliefert: Der dargestellte Heilige ist Vorbild in einem bestimmten Bereich, seine Präsenz bewirkt Segen und Schutz[71].

So liest der Betrachter folglich auch immer jene Werte und Normen ab bzw. lässt sie in seine Gebete und Bitten einfliessen, die er zuvor zum betreffenden Heiligen vermittelt bekommen hat. Sie werden ihm für kürzere oder längere Zeit wieder bewusst. Da sich dieser Vorgang kaum einmalig, sondern wiederholt abspielt, wirkt er auf das Wertgefüge des Gläubigen: Die Werte und Normen werden durch dieses Wiederholen noch stärker verinnerlicht, noch stärker internalisiert[72].

b) Beispiele

1. Der hl. Joseph: Sein Kult wurde im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts besonders stark propagiert[73]. Er hatte grosse Bedeutung als Sozialheiliger, als Vorbild der Arbeiter, als Vorbild des guten Familienvaters. Dieser verbreitete Josephskult bedeutete auch, dass die Katholiken über den zum Entziffern von Josephs-Bildern und -Figuren nötigen Code verfügten. Solche Topoi-Merkmale waren etwa: Ein aufrecht stehender, bärtiger, Mann, in der rechten Hand das Jesus-Kind, in der linken eine Lilie, das ist der hl. Joseph, der fromme Arbeiter, der gute, der vorbildliche Familienvater[74], «äusserlich unscheinbar und innerlich geschmückt mit allen wunderbaren Tugenden»[75]. Betete man nun zum hl. Joseph, betrachtete man seine Statue, so flossen diese Inhalte, diese Normen, welche er verkörperte, in die Gebete ein, wurden der Betrachterin und dem Betrachter neu bewusst.

Indizien, die diese Vermutung bezüglich Wirkung der Figuren stützen, finden sich in Inseraten und in Prospekten einiger Firmen, die solche Figuren verkauften. Da sind öfters Dankesschreiben von Figurenbezügern zu finden, allerdings ausschliesslich – das ist festzuhalten – von Klerikern. Da heisst es z.B.:

«... habe zwei Statuen. Beide sind sehr schöne und stimmen zur Andacht...»[76].

«... der Ausdruck ist ein überirdischer, ekstatischer und erhebt den Beschauer in eine höhere, geistige Welt...»[77].

«... machen einen tiefen Eindruck auf jedes fühlende Herz und sind sehr geeignet, in den Gläubigen nicht nur den Geist der Andacht zu erregen, sondern auch die Ehre Gottes zu fördern...»[78].

«... Liebe und Schmerz leuchten derartig aus dem Antlitze des Erlösers, dass sie jedes gläubige Gemüt ergreifen und zur Andacht stimmen...»[79].

Diese kleine Auswahl soll genügen. Denn schon hier fällt auf, dass überall die Wirkung der Statuen erwähnt wird. Fast immer umschreiben die Verfasser die Folge dieser Wirkung mit «Andacht». Andacht ist eine «Seelenstimmung, welche durch Betrachtung ... ästhetischer Werte erregt wird und in sich ... den Wunsch einschliesst, alles zu tun, was zur Gottesverehrung gehört»[80]. So lassen die zitierten Aussagen den Schluss zu, dass Heiligenfiguren im katholisch sozialisierten Betrachter als Wirkung jene inneren Bedingungen hervorriefen, welche das Absenken und Vertiefen von Werten, Normen und somit Verhaltensweisen seitens der Kirche erleichterten. Der Gläubige war also bereit, göttlichem Willen zu gehorchen. Was allerdings göttlicher Wille war, das sagte die Kirche, die sich in ihrem Selbstverständnis immer auch als Übersetzerin der göttlichen Forderungen gegenüber den Menschen verstand[81]. Für die Kirche blieb göttlicher Wille nie etwas Abstraktes und Interpretierbares, sondern wurde zu konkret Fassbarem, fassbar in ganz bestimmten Normen und Verhaltensanforderungen. Dabei spielte der Heiligenkult eine wichtige Rolle: Am einzelnen Heiligen konnte das gewünschte Verhalten beispiel- und vorbildhaft verdeutlicht und damit begründet werden.

Wieweit allerdings die Figuren bewusst zur Beeinflussung eingesetzt wurden, lässt sich nicht sagen. Fest steht: Der Heiligenkult wurde gezielt gefördert. Ebenso war die Auswahl der Heiligen, welche populär werden sollten, keine zufällige. Und dass dieser Kult nach Abbildungen – sichtbaren Aufhängern und Anregern – verlangte, ist ebenso offenkundig und liegt mit in der psychischen Bedingtheit des Menschen begründet.

2. Der hl. Aloysius von Gonzaga: An ihm soll gezeigt werden, welche Werte und Normen mittels Figuren im Betrachter verstärkt werden konnten. Es ist belegbar, dass seine Statuen im Untersuchungszeitraum häufig produziert wurden und er breite Verehrung erfuhr. Wie erwähnt, konnte der einzelne Gläubige sein Wissen um diesen Heiligen an verschiedenen Orten holen. Eine besonders wichtige Quelle waren die Heiligenviten, welche z.B. auch dem Klerus zur Vorbereitung der Predigten dienten[82]. Im folgenden werden also zeitgenössische Vitensammlungen herangezogen, v.a. «Der christliche Sternenhimmel» des Pater Alban Stolz[83].

Der hl. Aloysius starb im Alter von 23 Jahren. So dürfte er als Vorbild für Jugendliche gegolten haben. Seine bedeutendste Eigenschaft ist – nach Stolz – das reine Herz. So heisst es denn gleich zu Beginn der Ausführungen von Stolz zum jungen Heiligen: «Selig sind die, die ein reines Herz haben...»[84]. Dies ist der Grundtenor, der sich durch die ganze Schilderung zieht und der bereichert wird mit vielen illustrierenden Einzelereignissen. Stolz zeigt noch weitere Eigenschaften und Tugenden des Heiligen auf[85]: Fähigkeit zur Reue, Frömmigkeit, grosse Verehrung und Liebe zur Mutter Gottes, Keuschheit in verschiedensten Formen (d.h. Reinheit, Leidenschaften abtöten, stark sein inmitten einer Welt voller Fleischeslust, Augenlust und Hoffart; Angst vor den Mädchen, mit gesenktem Haupt herumgehen), Demut (auf weltliches Ansehen und weltliche Macht verzichten, sich selbst verleugnen, schweigen können, keine Ehre suchen), Gott zuliebe leiden, fasten, niedrige Arbeiten verrichten, sich nur mit Gott beschäftigen, Rat holen bei Geistlichen, Kleriker als Verkünder des Willens Gottes anerkennen usw.). Gegen Ende seiner Ausführungen zitiert Stolz als bestätigende Zusammenfassung den Beichtvater des hl. Aloysius, den «berühmten Cardinal Bellarmin»[86]. Er erklärt, dass der junge Heilige «stets ein Muster des Gehorsams, der Demuth, Abdtödtung, Enthaltsamkeit, Weisheit, Frömmigkeit und Seelenreinheit gewesen»[87] sei. Stolz schliesst mit folgendem Hinweis:

> «Es sind viele Wunder auf die Fürbitte des hl. Aloys geschehen; besonders sind davon schon viele Personen von unreinen Versuchungen befreit worden auf Anrufungen des hl. Aloys. Denn die Heiligen bitten besonders wirksam für uns, wenn wir sie um Erlangung solcher Tugenden bitten, worin sie sich selbst ausgezeichnet haben»[88].

An diesem Beispiel wird deutlich, wie sehr die Präsentation eines Heiligen aufgeladen ist mit Werten, Normen, geforderten Verhaltensweisen. Das ist der Code, den die Kirche ihren Mitgliedern vermittelte, den man sich beim Gebet zum hl. Aloysius bzw. beim Betrachten seiner Statue wieder entschlüsselte.

Aufgrund der untersuchten Vitensammlungen zeigt sich eine deutliche Gewichtung der verschiedenen Tugenden: Es gab wichtige und weniger wichtige. Ein Blick in die Sachregister der benutzten Viten veranschaulicht diese Feststellung[89]: Verhaltensweisen wie «Toleranz» und «Streben nach Selbsterkenntnis» werden einmal genannt, ganz im Gegensatz zu «Barmherzigkeit», «Demut», «Keuschheit» und «Selbstverleugnung», welche die Gruppe der meistgenannten bilden. Eine Analyse dieses Ergebnisses kann hier nicht erwartet werden. Es ist aber zu bemerken, dass Barmherzigkeit im Untersuchungszeitraum eine für die Kirche wichtige Tugend war[90], denn die Kirche benötigte einerseits Geldmittel für Fürsorge und Caritas, um die soziale Frage auf diesem

Wege zu lösen[91], andererseits für den Aufbau bzw. Ausbau ihrer Infrastruktur in Diaspora- und Missionsgebieten[92]. Demut und Selbstverleugnung gehören zusammen. Sie umschreiben die Bereitschaft zu Gehorsam und Hingabe, welche Voraussetzungen sind, damit die Kirche leichter Gehorsam finden kann[93]. Demut bei den Gläubigen ist eine Voraussetzung für erfolgreichen kirchlichen Einfluss. Als weiterer wichtiger Wert wurde Keuschheit propagiert. Sie galt als Garant gegen «viele andere Sünden»[94], hatte also zentralen Stellenwert.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Diese Statuen und Statuetten dienten als Hilfsmittel katholischer Sozialisation. Sie konnten als Stütze katholisch-kirchlicher Forderungen und Verhaltensanweisungen sowie als Bekräftiger kirchlicher Sinnenwelt wirken. Sie waren Instrumente, die dazu beitrugen, Gläubige in ihrer Rolle als Mitglieder einer Teilkultur zu stützen und an diese Rolle zu binden.

Aus diesem Grund verdient diese Kunst – wie alle anderen Spielarten der Massenkunst – die Beachtung der Volkskunde.

## *Anmerkungen*

[1] Dieser Artikel ist hervorgegangen aus der gleichlautenden Lizentiatsarbeit, Volkskundliches Seminar der Universität Zürich, 1985.

Eine herkömmlich-beschreibende Definition der Figuren ist zu kompliziert. Deshalb versuche ich, sie mit Kategorien zu charakterisieren:

*Sujet/Motive:* Christus-, Marien- und Heiligenfiguren, Engel.
*Konfessionelles Vorkommen:* gebunden an die Heiligenverehrung und somit an den katholischen Kult und private Frömmigkeitsformen innerhalb des Katholizismus.
*Zeitraum der Produktion:* von etwa 1840 bis in die Gegenwart. Die Produktion ist in Europa stark zurückgegangen.
*Herstellungsländer:* B, D, F, I, NL, A, CH (aus den anderen Staaten liegen keine positiven oder negativen Befunde vor), heute noch von Bedeutung in Frankreich, Italien und Taiwan (Export nach den USA), (vgl. Anm. 14).
*Produktionsverfahren:* in grossen Betrieben immer stärker mechanisiert, in kleinen Betrieben Handarbeit.
*Material:* vor allem aus billigen Materialien: Holz, Gips, Terrakotta, Papiercement, Steinmasse, papier-maché u.a. Figuren in Marmor oder Alabaster wurden ebenfalls angeboten, Bedarf klein. Heute aus Plastik.
*Grösse:* zwischen 5 cm und 300 cm sind alle Grössen möglich.
*Bemalung:* meist mehrfarbig, in verschieden reichen Ausführungen, selten weiss.
*Stil:* anfänglich unter Einfluss der Neogotik, dann beeinflusst durch den Stil der Nazarener Malerei. Die Figuren sind idealisiert und typisiert.
*Vertrieb/Verkauf:* durch die Produzenten selbst, auch durch Reisende, vor allem aber durch «Kirchliche Kunstanstalten» und durch Devotionalienhandlungen.
*Abnehmer:* Kleriker und Private (die grossen Statuen wohl vor allem für Kirchen, die kleineren Statuetten für den Privatgebrauch).
*Kosten:* niedrig.

[2] Vom geistigen Bemühen, das Heilige werden liess, ist in dieser Kunst wenig zu spüren. «In Wirklichkeit war, was der Heilige lebte, ein gefährliches Abenteuer».

Meist wurde das «nachträglich verharmlost, sanft retouchiert». Vgl. Karl Rahner: Vom Geheimnis der Heiligkeit, der Heiligen und ihrer Vererhrung. In: Reformer der Kirche. Hg. v. Peter Manns. Mainz: Grünewald 1970, 14.

[3] Leider gehören Kataloge und Prospekte der Hersteller nicht zum Sammelgut von Bibliotheken. Firmenarchive wurden entweder vernichtet oder sind nicht aufgearbeitet. Die Hilfe privater Sammler und Lokalhistoriker ist nötig. Bei einzelnen Gewährsleuten musste eine grosse Hemmschwelle überwunden werden, da sie befürchteten, als «Kitschproduzenten» lächerlich gemacht zu werden.

Grundlegende Literatur:

Jean-François Dhuys: Un paradis perdu: la Sainterie de Vendeuvre. In: Feuilles 8 (1984), 71–75.

(Abbé) Durant: Une manufacture d'art chrétien, la Sainterie de Vendeuvre. Villy-en-Trodes: chez l'auteur 1978.

(Abbé) Durant: Les statues dites de Saint-Sulpice à Vendeuvre (Aube) et Vaucouleurs (Meuse). Villy-en-Trodes: chez l'auteur 1982.

Sylvie Forestier: Art industriel et industrialisation de l'art: L'Exemple de la statuaire religieuse de Vendeuvre-sur-Barse. Dans: Ethnologie française, VIII/1 (1978), 191–200.

Sylvie Forestier et Paul et Roger Lerou: Statuaire. Dans: Religion Populaire. Colloques internationaux du CNRS. Paris: Editions du CNRS 1979, 383–385.

Marie-Noëlle Hervé: Saint-Sulpice à l'encan: les aléas d'un commerce. Dans: Feuilles, Piété, 76–77.

Claude Savart: A la recherche de l'art dit de Saint-Sulpice. Dans: Revue d'Histoire de la Spiritualité 52 (1976), 265–282.

Ausserdem ist folgende Literatur hilfreich:

P. Dirkse: Hier wonden katholieken. In: Vroomheid per Dozjin. Utrecht/Hilversum: De Boer Cuperus 1982, 47–55.

P. Dirkse: Tegen het smakeloze gipsen heiligenbeeld. In: Vroomheid (s. oben), 56–62.

W. H. Th. Knippenberg: Devotionalia. Beelden, prentjes, rózenkransen ... Eindhoven: Bura Boeken 1980.

[4] Dazu Adolf Reinle, der in ähnlichem Zusammenhang vom «Aschenbrödel der Kunstgeschichte» schreibt.

Adolf Reinle: Sakrale Kunst im 19. Jahrhundert. In: Ich male für fromme Gemüter. Zur religiösen Schweizer Malerei im 19. Jahrhundert. Ausstellungskatalog. Luzern: Kunstmuseum 1985, 28.

Martin Scharfe: Die Volkskunst und ihre Metamorphose. In: ZSfVk 70 (1974), 215–245.

Herbert Schwedt: Zur Geschichte des Problems «Volkskunst». In: ZSfVk 65 (1969), 169–182.

Elke Schwedt: Volkskunst und Kunstgewerbe. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde 1970 (Veröffentlichungen des LUI, 28), 116–137.

Leider kann ich den Anspruch des von Rudolf Schenda entworfenen kybernetischen Modells nicht einlösen, welches Produzent, Kunstgegenstand und Rezipient in die Untersuchung einbezieht. Vgl. Rudolf Schenda: Populärer Wandschmuck und Kommunikationsprozess. In: ZSfV 66 (1970), 100.

[5] Mit dem Begriff «Teilkultur» soll angedeutet werden, wie isoliert z. B. ein Teil der Schweizer Katholiken nach der Gründung des Bundesstaates war und mit eigenen Normen, Verhaltensweisen und Organisationen eine mehr oder weniger geschlossene und funktionierende Gruppierung bildete. Vgl. Urs Altermatt: Der Weg der Schweizer Katholiken ins Ghetto. Einsiedeln: Benziger 1972, 21 (s. Anm. 21).

[6] Genaue Zahlen zur Verbreitung können nicht gegeben werden. Das Faktum der figurenproduzierenden Fabriken und Betriebe und ihre Kataloge beweisen, dass ein Markt für Statuen und Statuetten vorhanden war. An Verkaufszahlen liegen vor (allerdings nur für einen sehr unrepräsentativen Zeitraum: je drei Monate der Jahre 1958 und 1961):

Es wurden verkauft:

| Motiv | 28.2.–31.5.1958 | 28.2.–31.5.1961 |
|---|---|---|
| hl. Bernadette | 62 | 29 |
| Einsiedler Madonnen | 250 | 86 |
| Lourdes-Madonnen | 56 | 39 |
| Herz-Mariä-Statuen | 9 | 7 |
| Unbefleckte Empfängnis | 14 | 3 |
| übrige Marienstatuen | 20 | 6 |
| Herz-Jesu-Statuen | 15 | 9 |
| übrige Christusstatuen | 10 | 7 |
| hl. Joseph | 8 | 5 |
| Bruder Klaus | 12 | 15 |

(Alle Angaben gemäss Firmenarchiv Auf der Maur. Sie beziehen sich auf Figuren von max. 50 cm Grösse.) Dabei ist zu beachten:

1958–61 beschäftigte die Firma Auf der Maur in Einsiedeln vier Personen (wovon zwei als Teilzeitarbeiter). 30 Jahre früher arbeiteten mindestens 20 Leute des Dorfes ganztags im gleichen Gewerbe. Rationalisierungsmassnahmen im Herstellungsprozess waren in der Zwischenzeit nicht eingeführt worden, die Leistung pro Arbeiterin und Zeiteinheit dürfte also in etwa gleich geblieben sein. Das heisst: Die Statuettenproduktion hatte in den ersten Jahrzehnten dieses Jahrhunderts ein Mehrfaches an Produktion und folglich auch an Absatz – Zum kirchlichen Gebrauch: Durch die Auswertung von Fotos von Kircheninnenräumen (sie stammen mehrheitlich aus den 30er und 40er Jahren) konnten für den Kanton Zug in 18 Kirchen und Kapellen 60 Figuren im Stil «dit de St-Sulpice», im Kanton Schwyz in 10 Kirchen 22 solcher Figuren nachgewiesen werden.

[7] Der Begriff «Kitsch» ist problematisch. Mit Martin Scharfe ist davon auszugehen, dass dieser Begriff eine Grenzziehung ist, der Kulturbarrieren deutlich machen soll. «Das Wort Kitsch soll tunlichst vermieden werden. Es ist ein Schlagwort, das den Argumenten feind ist.» – Dann weiter, (und zwar in bezug auf Andachtsbilder): «Manche dieser Bilder sind und bleiben dem Ästheten(!) ein Greuel, auch wenn sie nur unter dem Aspekt der Funktion betrachtet werden.» In: M. Scharfe: Evangelische Andachtsbilder. Studien zu Intention und Funktion des Bildes in der Frömmigkeitsgeschichte vornehmlich des schwäbischen Raumes. Stuttgart: Müller und Gräff 1968, 6.

[8] Der Begriff «St-Sulpice» leitet sich ab von der gleichnamigen Pariser Kirche, um welche sich ab Mitte des letzten Jahrhunderts die Devotionaliengeschäfte von Paris zu konzentrieren begannen. Spätestens 1852 wurde der Name «St.-Sulpice» auf das Angebot dieser Geschäfte übertragen. Vgl. C. Savart, Recherche, 265–282 (s. Anmerkung 3); Feuilles 8 (1984), 76. – Gebräuchlich sind auch die Begriffe «Bondieuserie» und «art chrétien». Vgl. Hugo Lötscher: Die Heiligenfabrik in Vendeuvre. In: NZZ Nr. 206 (1965), 65–67.

[9] C. Savart, Recherche, 271 (s. Anm. 3).

[10] Ich stütze mich vor allem auf folgende Literatur:
J.-F. Dhuys, Paradis sowie S. Forestier, Art (s. Anm. 3).

[11] Der beabsichtigte Abbruch der «Sainterie» und vor allem des Ausstellungsraumes liess die Figurenproduktion und diesen Bereich der Frömmigkeitsgeschichte zum Interessengebiet von Kunsthistorikern, Religions- und Sozialwissenschaftern werden. «Le Figaro», «Le Monde» und «Les Nouvelles littéraires» setzten sich daraufhin ebenfalls gegen einen Abbruch zur Wehr, erfolglos zwar, verstärkten aber doch das Interesse an den Figuren.

[12] Die Kataloge wurden immer luxuriöser (illustrierter). Ein spätes Paradebeispiel ist der Katalog der Firma «Delin Frères» aus Paris. Der 172seitige Katalog enthält 34 illustrierte Seiten, davon mehrere farbig. Die Kataloge waren meistens mehrsprachig, ein Indiz für die geographische Ausdehnung des Absatzmarktes. Delins Katalog ist in Französisch, Spanisch, Englisch, Italienisch und Deutsch abgefasst.

[14] In Holland existierte eine grosse Zahl mittlerer und kleiner Betriebe. Um 1920 waren mehr als 200 Personen im figurenproduzierenden Gewerbe beschäftigt, für 1930 ergibt die Statistik eine Zahl von noch 125 Personen in 22 Betrieben. Unklar ist, welche davon heute noch bestehen. Vgl. W. H.Th. Knippenberg: Devotionalie, 171–189 (s. Anm. 3).

Aus Belgien ist lediglich eine grosse Fabrik bekannt (L'Atelier Blanchard in Gent). Vgl. J.-F. Dhuys: Paradis, 73 (s. Anm. 3).

Unübersichtlich ist die Situation für Deutschland: Die Existenz grosser und kleiner Firmen ist aufgrund von Katalogen belegbar. Zentren der Herstellung waren die beiden Wallfahrtsorte Walldürn und Kevelaer. (Bekannt sind die Firma Schneider [vormals Nimis & Schneider] in Walldürn, dazu etliche kleinere Betriebe in Kevelaer, Firma Meyer in München.) Vgl. Anna Maria Hahn: Siedlungs- und wirtschaftsgeographische Untersuchung der Wallfahrtsstätten in den Bistümern Aachen, Essen, Köln, Limburg, Münster, Paderborn und Trier. Eine geographische Studie. Diss. Köln. Düsseldorf: Rheinland 1969.

Ähnlich unklar ist die Situation für Österreich und Italien. Sie besassen in Tirol bzw. Südtirol grosse Gewerbezweige, welche Figuren (v.a. Holzfiguren) herstellten. Vgl. dazu die Inserate in der Schweizerischen Katholischen Kirchenzeitung, Zeitraum 1890–1907.

In Italien wird heute noch produziert, allerdings aus Plastik. Absatzmärkte sind die USA und der Ferne Osten.

Auf die Schweizer Verhältnisse wird im 2. Abschnitt des Artikels genauer eingegangen.

[15] Schon 1847 schreibt Barbey d'Auréville: «Ces odieuses statues que d'inconscients curés tolèrent dans les églises». Und 1833 Abbé Sagette: «Dès lors, l'art n'est plus une prédication, une pieuse et profonde communication du monde mystique avec le monde matériel, ce n'est plus qu'une industrie et un métier, un grossier commerce d'objets de dévotion, où l'esprit ne aurait trouver de lumière, le cœur d'onction, la foi d'enseignement, la piété de tendresse.» Zitiert in: C. Savart, Recherche, 266, 270.

[16] «Leider fand der billige Kram auch Eingang in die Kirchen. Nicht nur das. Wir haben den Nichtkönnern, den geschäftsmässig arbeitenden Unternehmern, euphemistisch vielfach Kunstwerkstätten genannt, die Kirchentüren weit geöffnet, den Künstlern aber den Eintritt verwehrt. Man fasse sich doch einmal an die Stirn und frage sich: ... wer findet den Weg in die Menschenseelen, der Fabrikant, dessen Atelier Massenproduktion herstellt, oder der Künstler, der mit sich und mit seiner Aufgabe ringt ...» In: Die Erziehung des Klerus zur Kunst. Ein Beitrag zum Problem «katholischer Kulturwille». In: Zeitschrift für Christliche Kunst (ZChK) 2 (1919), 19.

[17] Joh. Kaiser: Der Kirchenraum und die Kunst. In: SKZ 4 (1917), 323–325. Ein weiteres Beispiel, das die Bemühungen von Teilen des (deutschen) Klerus wiederspiegelt, die zeitgenössische Kunst auch in den Kirchenraum und in den Kult einbeziehen zu können: «Was wird geschehen, wenn über einige Jahre breiteste Schichten unseres Volkes die Einfühlung in die neuzeitliche Kunst vollzogen, diese als ihre, als die Zeitkunst zu ihrem geistigen Eigentume gemacht haben? Will auch dann der Geistliche noch zeit- und weltfremd in der Kiche das als Kunst zur Schau stellen, was man heute in Devotionalienhandlungen vorgesetzt bekommt? Dann wird ihn der Mann aus dem Volke ungläubig und mitleidig anlächeln ob des Fabrikschundes, den er ja längst aus seiner Wohnung verbannt hat und auf den Müllwagen geworfen hat. Geistliche! Reisset die Augen auf und steht, mit welch verwerfenden Blicken unsere unsäglich kranken und hässlichen, unser und unserer Zeit unwürdigen gipsernen Heiligenfiguren in den Schaufenstern angeschaut und belächelt werden. Das Volk, ja das Volk hat zum grossen Teil bereits sich abgekehrt von diesem Schund, der unserer Kirchen unwürdig ist. Wollt ihr zugeben, dass diese sogenannte religiöse Kunst zum Massstab gemacht wird, um den kulturfreundlichen oder -feindlichen Stand der Kirche zu bemessen.» Aus: Karl Witte: Die Erziehung des Klerus zur Kunst. Ein Beitrag zum Problem «katholischer Kulturwille». In: ZChK 2 (1919), 19. – Auf den angesprochenen Zusammenhang von Heiligkeit und Gemütssüssigkeit werde ich im 4. Kapitel des Artikels eingehen.

[18] Päpstliche Weisungen zum Kircheninventar, 1924: «Bemalte Gipsfiguren..., die oft der Verehrung der Gläubigen ausgestellt sind, allmählich zu entfernen...» In: SKZ 8 (1926), 61.

[19] Es darf vermutet werden, dass Teile des Klerus an der St-Sulpice-Kunst Gefallen fanden (vgl. Kap. 3.a). Die oben ausführlich zitierte Kritik stammt aus einem Kreis engagierter, an moderner Kunst interessierter Kleriker.

Weitere, sehr deutliche Stellungsnahmen gegen diese Kunst z. B. in: SKZ 46 (1921), 377–379; SKZ 47 (1921), 385–387; SKZ 12 (1932), 92.

[20] Es gab bereits um 1820 in Frankreich einen eigentlichen Figurenboom, freilich einen säkularen.

Dieser war mitbedingt durch die Bemühungen, Revolutionsschäden zu beseitigen. Stadtanlagen, Fassaden, Treppenaufgänge, Strassen usw. wurden mit «massenproduzierten» Statuen geschmückt, Innenräume wie z. B. der Salon mit Statuetten (vielfach erotischen oder erotisierten). Es ist deshalb zu vermuten, dass die «neue» Vorliebe für Figuren vom profanen in den religiösen Bereich überschwappte und sich dort konservierte (kulturelle Phasenverschiebung). D. h. die Statuen diffundierten vom profanen in den religiösen Bereich und blieben dort länger präsent als ihre weltlichen Pendants in den bürgerlichen Salons.

Zum Stil «St-Sulpice» ist ähnliches zu sagen: Unschwer wird man feststellen, dass er grosse Verwandtschaft mit den Gemälden des «bürgerlichen Realismus» (Pompiers) aufweist. Diese Stilrichtung verlor vor der Jahrhundertwende ihre Bedeutung, lebte aber weiter im religiösen Bereich. Von Einfluss auf die Figuren war auch die Malschule der Nazarener, besonders der Spätnazarener. Erinnert sei nur an den Innerschweizer Maler Melchior Paul Deschwanden und seine fast omnipräsenten Werke, die uns St-Sulpice-Figuren zeigen. Deschwandens Einfluss auf die Figurenhersteller lässt sich im Falle Einsiedeln sogar direkt belegen (Deschwanden-Andachtsbildchen als Vorlage für Originalmodelle).

[21] Grundlegende Literatur zu diesem Bereich:

Urs Altermatt: Der Weg der Schweizer Katholiken ins Ghetto. Die Entstehungsgeschichte der nationalen Volksorganisationen im Schweizer Katholizismus 1848–1919. Einsiedeln: Benziger 1972.

Urs Altermatt: «... dass die Aarebrücke nicht wäre.» Schweizer Katholiken und moderne Entwicklung von der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis zum Ersten Weltkrieg. In: Ich male für fromme Gemüter. Katalog Kunstmuseum Luzern 1985, 36–52.

Urs Altermatt: Konfessionelle Minderheiten in der Diaspora: Zwischen Isolation und Assimilation. Das Beispiel von Katholisch-Zürich 1850–1950. In: Volksreligiosität in der modernen Sozialgeschichte. Hg. v. Wolfgang Schieder. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1986, 185–204 (Geschichte und Gesellschaft, 11).

Roger Aubert: Entwicklung der Frömmigkeitsformen. In: Handbuch der Kirchengeschichte. Freiburg: Herder 1971–73, VI/I, 662–672.

Michael N. Ebertz: Die Organisierung von Massenreligiosität im 19. Jahrhundert. Soziologische Aspekte zur Frömmigkeitsforschung. In: JbfVk, NF 2 (1979), 38–72.

Michael N. Ebertz: Maria in der Massenreligiosität. Zum Wandel des popularen Katholizismus in Deutschland. In: Volksfrömmigkeit in Europa. Beiträge zur Soziologie popularer Religiosität aus 14 Ländern. Hg. v. Michael N. Ebertz und Franz Schultheis. München: Kaiser 1986 (Religion-Wissenschaft-Kultur, 2).

Michael N. Ebertz und Franz Schultheis: Einleitung: Populare Religiosität. In: Ebertz/Schultheis: Volksfrömmigkeit in Europa (s. oben).

Oskar Köhler und Günther Bandmann: Formen der Frömmigkeit. In: Handbuch der Kirchengeschichte. Freiburg: Herder 1971–1973, VI/2, 265–278.

Gottfried Korff: Heiligenverehrung und soziale Frage. Zur Ideologisierung der populären Frömmigkeit im späten 19. Jahrhundert. SA aus: Kultureller Wandel im 19. Jahrhundert. Verhandlungen des 18. Dt. Volkskunde-Kongresses in Trier. Hg. v. Günter Wiegelmann. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht 1973.

Gottfried Korff: Formierung der Frömmigkeit. Zur sozialpolitischen Intention der

Trierer Rockwallfahrten 1891. In: Religion und Gesellschaft im 19. Jahrhundert 3 (1977), 352–383 (Geschichte und Gesellschaft 3).

Gottfried Korff: Kulturkampf und Volksfrömmigkeit. In: Volksreligiosität in der modernen Sozialgeschichte (s. oben), 137–151.

Gottfried Korff: Maria in der technischen Welt. In: Beiträge zur Volkskultur. Hg. v. Utz Jeggle, Wolfgang Kaschuba u.a. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde 1966, 195–219 (Untersuchungen des LUI, 69).

Catherine Rosenbaum-Dondaine: L'image de piété en France 1814–1914. Catalogue. Paris: Musée-Galérie de la Seita 1984.

Zweitausend Jahre Christentum. Illustrierte Kirchengeschichte in Farbe. Hg. v. Günter Stemberger. Herrsching: Pawlak 1983.

[22] Gottfried Korff: Zu Fragen des modernen Devotionalienwesens. In: Mitteilungen des Deutschen Archäologen-Verbandes 8 (1977), 29.

[23] Vgl. U. Altermatt, Aarebrücke, 51; Altermatt, Ghetto, 24 (s. Anm. 21).

[24] Vgl. U. Altermatt, Aarebrücke, 44. Und: Hans-Jürgen Brandt: Kirchliches Vereinswesen und Freizeitgestaltung in einer Arbeitergemeinde 1872–1933. Das Beispiel Schalke. In: Gerhard Huck (Hg.): Sozialgeschichte der Freizeit. Wuppertal: Hammer 1980, 207–222.

[25] Vgl. M.N. Ebertz, Massenreligiosität, 62–70; R. Aubert, Frömmigkeitsformen, 663 (s. Anm. 21).

[26] Es ist ersichtlich, dass die Figuren einem Bedürfnis entsprochen haben müssen. Zugleich aber ist zu bedenken, dass auch Bedürfnisse steuerbar sind. «Es war ja niemals (und erst recht nicht im 19. Jahrhundert) Sache der Gläubigen, sich eigenmächtig über die Kirche und die Kultformen zu äussern oder auf sie einzuwirken. Die Art der Devotion bestimmten die Seelsorger ... Ganz abgesehen davon, dass die Volksphantasie selbst eine Wunschvorstellung ist. Diese Massnahmen standen unter zentraler Leitung.» Zitiert aus: M. N. Ebertz, Massenreligiosität, 64 (s. Anm. 21).

[27] Vermutlich gab es sie ab Mitte des 11. Jahrhunderts. Bis 1798 ausschliesslich vom Kloster hergestellt und verschenkt, ging ihre Produktion infolge der Franzosenwirren an Private über. Dadurch wurden die meist nur wenig kolorierten oder vergoldeten Figürchen zu Verkaufsartikeln. Ab 1910 stellte man sie nicht mehr her.

[28] Vgl. Odilo Ringholz: Wallfahrtsgeschichte Unserer Lieben Frau von Einsiedeln. Ein Beitrag zur Culturgeschichte. Freiburg i. Br.: Herder 1896. Und: Odilo Ringholz: Die Einsiedler Wallfahrts-Andenken einst und jetzt. In: SAVk 22 (1918), 176–191/232–242.

[29] Es sind hier zu nennen: Johann Baptist Babel (um 1715 – um 1794), Josef Benedikt Kuriger (1754–1815), Ildefons Kuriger (1782–1834), Beat Karl Bodenmüller (1795–1836), Peter Ochsner (1809–1865). Vgl.: Wernerkarl Kälin: Die Einsiedler Kleinkünstler in Vergangenheit und Gegenwart. In: Tony Bisig. Bildhauer. Einsiedeln: Hauser 1980, 6–9. Und: Rudolf Henggeler, OSB: Die Einsiedler Wachsbossierer und Kleinplastiker. Fotokopie, Sammlung des Stiftes Einsiedeln. o.A.

[30] Nachfragen am Bayerischen Nationalmuseum in München und bei Lenz Kriss-Rettenbeck ergaben keine weiteren Hinweise.

[31] Abschrift aus Einsiedler Anzeiger vom 8. 11. 1909. Typoskript. Dafür danke ich Herrn Karl Hensler, Einsiedeln.

[32] SKZ 25 (1893), 198.

[33] SKZ 26 (1898), 208.

[34] Mündliche Mitteilung der Gebrüder Ignaz und Josef Schädler.

[35] Benziger boykottierte Schädler, da J. A. Schädler infolge seiner Geschäftsübernahme bei Benziger den Austritt gab.

[36] Mündliche Mitteilung der Gebrüder Schädler.

[37] Sie beruhen auf der Analyse von zwei Katalogen der Firma Schädler. Der frühere dürfte von 1947, der andere von 1955 stammen.

[38] Für die Firma ging es jetzt darum, vom immer kleiner werdenden Markt nicht ganz verdrängt zu werden: Ein Betrieb, der in Handarbeit produzierte, konnte gegenüber den vollmechanisierten nur noch überleben, indem er seine Produktion genau

auf ein bestimmtes Zielpublikum ausrichtete. D. h.: Ein Einsiedler Betrieb musste sich jetzt auf solche Figuren konzentrieren, die sich in Einsiedeln (oder an schweizerischen Wallfahrtsorten) speziell gut verkaufen liessen: Marien-Statuen, Einsiedler Madonna, Bruder Klaus.

[39] Vgl. Anm. 6.

[40] Die biographischen Angaben verdanke ich den Herren August Kälin, Einsiedeln; Karl Hensler, Einsiedeln und Paul Hensler, Einsiedeln.

[41] Mündliche Information von August Kälin (jun.).

[42] Schädler hatte zu dieser Zeit bereits Probleme. Möglicherweise liegen sie darin begründet, dass Schädler die grössere Firma war und mehr Mühe hatte, die vorhandene Kapazität auszuschöpfen.

[43] Er bereiste mit einer Musterkollektion und Fotos die gesamte Schweiz.

[44] Mündliche Mitteilung von August Kälin.

[45] Er war danach als Spediteur tätig, hat jedoch vor wenigen Jahren infolge einer Rekonvaleszenz die Figurenproduktion hobbymässig wieder aufgenommen. Zugleich repariert er beschädigte Figuren für Private und figurenverkaufende Unternehmen.

[46] Unterlagen aus dem Archiv W. Auf der Maur (vgl. Anm. 6).

[47] Mündliche Mitteilung von Herrn W. Auf der Maur.

[48] Karl J. Benziger: Geschichte der Familie Benziger von Einsiedeln, Schweiz. New York/Cincinnati/Chicago: Benziger 1923.

Adolf Spamer: Das kleine Andachtsbild. Vom XIV. bis zum XX. Jahrhundert. München: Bruckmann 1930, 256. Ursula Brunold-Bigler: Die religiösen Volkskalender der Schweiz im 19. Jahrhundert. Basel: Krebs 1982 (Beiträge zur Volkskunde, 2).

[49] Es sind dies die Auszeichnungen «Typographen des apostolischen Stuhls» (1867) und «Päpstliches Institut für christliche Kunst» (1888).

[50] Vgl. Katalog 1878.

[51] Vgl. Einsiedler Kalender 1884, Inseratenteil.

[52] Vgl. Einsiedler Kalender 1883, Inseratenteil.

[53] Vgl. Einsiedler Kalender 1884, Inseratenteil.

[54] SKZ 18 (1888), 144.

[55] Vgl. Einsiedler Kalender 1889, Inseratenteil.

[56] Diese Aussage bezieht sich auf die untersuchten Publikationen (EK, SKZ), vgl. EK 1904 (Inseratenteil), SKZ 21 (1908), 304. Erst 1954 wirbt Benziger wieder für Statuen, diesmal für zeitgemässe metallene Marienplastiken (vgl. EK 1954, Inseratenteil).

[57] Es zeigt sich, dass diese Firma den privaten wie auch den kirchlichen Abnehmerkreis belieferte.

[58] Nach Angaben eines Gewährsmannes bot Benziger 1962 noch St-Sulpice-Statuen an.

[59] Doch weisen diese Presseerzeugnisse (SKZ, EK usw.) nicht nur Benziger-Reklamen auf. Ab 1883 erscheinen in der SKZ Inserate von österreichischen Handwerkern (meist sind es Holzbildhauer). Einige arbeiten als Störhandwerker auch in der Schweiz.

Bernhard Anderes: Zur Kirchenausstattung des 19. Jahrhunderts. In: Unsere Kunstdenkmäler 36 (1895), 3–16.

Diese Reklamen halten sich bis 1912, verschwinden dann und kommen nach dem Ersten Weltkrieg nicht wieder. Dafür beginnt ab 1900 die «Kunst- und Buchhandlung» Raeber, Luzern, fast regelmässig für Statuen zu inserieren. Nach dem Ersten Weltkrieg kommen Hersteller von Kircheninventar (Fraefel & Co., St. Gallen; Kurer, Schädler & Co., Wil), welche bis weit in die 30er Jahre in der SKZ ihre Produkte anbieten. Daneben hat es auch einzelne, welche mit einem einmaligen Inserat in der SKZ vertreten sind.

[60] Vgl. Katalog Adelrich Benziger 1886, 1–6. Das Unternehmen erhielt auch kirchliche Ehrentitel.

[61] Mehrmals erschienen in diesem Jahr in der SKZ Hinweise, etwa 50 Statuen wären zum halben Preise erhältlich. Vgl. SKZ 13 (1907), 23.

[62] Preisliste Adelrich Benziger 1886, 34.

[63] Vgl. die Inserate der Firma in der SKZ zwischen 1889 und 1893.

[64] Leider sind dort nicht alle Motive angegeben, sondern namentlich nur Herz-Jesu, Unbefleckte Empfängnis, Maria mit Kind, Herz-Mariä, Jesuskind. Sie alle gibt es in Grössen von 10 bis 70 cm.

[65] Die Angebote der französischen Firmen waren grösser, als was die Benzigers übernahmen. Vgl. z. B. den Katalog von Delin Frères, welcher 2470 Figuren (davon die meisten noch in diversen Grössen) anbietet. Hier sind z.B. die Muttergottes 131-mal die Unbefleckte Empfängnis 46mal, das Herz-Jesu 31mal und der hl. Joseph 71-mal vertreten.

[66] Bilder sind permanente Beeinflusser. (Analoges gilt für Figuren.) Vgl. Die Bilderfabrik. Resonanz einer Ausstellung. Hg. v. Wolfgang Brückner. Frankfurt a. M.: Institut für Volkskunde der Universität Frankfurt a. M. 1973, 13.

[67] Pierre Bourdieu: Elemente zu einer soziologischen Theorie der Kunstwahrnehmung. In: Bourdieu, Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1974, 159–201.

Erwin Panowsky: Über das Verhältnis der Kunstgeschichte zur Kunsttheorie. Ein Beitrag zu der Erörterung über die Möglichkeit «kunstwissenschaftlicher Grundbegriffe». In: Aufsätze zu Grundfragen der Kunstwissenschaft. Hg. v. Hariolf Oberer und Egon Verheugen. Berlin: Hessling 1964, 49–75. Erwin Panowsky: Zum Problem der Beschreibung und Inhaltsdeutung von Werken der bildenden Kunst. In: Logos XXI (1932), 103–109.

Die neue volkskundliche Bilderforschung beschäftigt sich auch mit der Frage, wie ein Betrachter jeweils ein Bild liest und welche Botschaft es ihm vermittelt. Diese Forschungsrichtung nennt sich Bild-lore. Analog wäre hier eine Figuren-lore zu entwikkeln. Vgl. Arbeiten von N.-A. Bringéus, z.B. Nils-Arvid Bringeus: Volkstümliche Bilderkunde. München: Callwey 1982, 135–148.

[68] Vgl. Anm. 67.

[69] U. Altermatt, Aarebrücke, 51 (s. Anm. 21). – U. Altermatt, Ghetto, 21 (s. Anm. 21)

Gottfried Korff: Politischer «Heiligenkult» im 19. und 20. Jahrhundert. In: ZSfVk 71 (1975), 203, 209.

H.-J. Brandt, Vereinswesen, 207–222 (s. Anm. 24).

[70] Oftmals waren die Statue(tte)n am Sockel mit ihrem Namen versehen.

[71] Vgl. die in Anm. 74 aufgeführten Heiligenviten.

[72] Vgl. P. Bourdieu, 182 (s. Anm. 67): Die wiederholte Beschäftigung ... begünstigt eine unbewusste Verinnerlichung der Regeln ...».

[73] Das Phänomen seiner Popularität ist gut aufgearbeitet. Vgl. G. Korff, Heiligenverehrung, 102–107 (s. Anm. 21); G. Korff, Heiligenkult, 207 (s. Anm. 69).

[74] Joseph Mohr: Katholisches Gebet- und Gesangbuch. Regensburg: Pustet 1905, 152–155.

Theodor Stabell: Lebensbilder der Heiligen. In der Ordnung des bürgerlichen Kalenders kritisch-historisch darggestellt. Schaffhausen: Hurter 1865, 341–346.

Alban Stolz: Legende oder der christliche Sternenhimmel. Freiburg i. Br.: Herder 1894, 185–188.

[75] G. Korff, Heiligenverehrung, 103 (s. Anm. 21).

[76] Inserat von Benziger & Co., SZK 36 (1888), 288.

[77] Ebenda.

[78] Katalog Ferdinand Stuflesser, undatiert, um 1920.

[79] Ebenda.

[80] Lexikon für Theologie und Kirche. Freiburg/Basel: Herder 1957–68, I, 502–503.

[81] Katholischer Katechismus. Einsiedeln: Benziger 1955, 241.

[82] So wird z.B. das Buch von A. Stolz (s. Anm 74) mit einem redaktionellen Hinweis in der SKZ empfohlen, welcher darauf hinweist, dass auch Kleriker von diesem Buch Gebrauch machen sollten (SKZ 20 [1894], 158): «Diese vorzügliche Heiligen-Legende bedarf wohl bezüglich ihres Inhaltes keiner Empfehlung mehr. Wir führen

nur das Urteil des Cölest. Kardinal Gangelbauer, Fürst. Erzbischof von Wien an' «Die unerreichte, ächt volkstümliche Sprache der mit tiefer Kenntnis des reellen Lebens des katholischen Volkes gewählte und geordnete Inhalt dieser Legenden lassen dieselbe als ein treffliches Haus- und Familienbuch erscheinen, welches tägliche geistige Nahrung und Erbauung in einfacher anziehender Form bietet. Auch Gebildete werden in der schlichten, volkstümlichen Darstellung ächt katholischen Glaubenslebens und seiner beglückenden Früchte in den verschiedensten Lebenslagen Interesse und Erbauung finden».

[83] s. Anm. 74.

[84] A. Stolz, Legenden, 400 (s. Anm. 74).

[85] A. Stolz, Legenden, 400–404 (vgl. Anm. 74). Ähnliche Ergebnisse zeigen sich, wenn die Tugenden aus anderen Vitensammlungen zusammengestellt werden. Vgl. Th. Stabell, Lebensbilder, 771–772.

[86] A. Stolz, Legenden, 403 (s. Anm. 74).

[87] Ebenda.

[88] Ebenda.

[89] Vgl. A. Stolz, Legenden, 930–932; Th. Stabell, Lebensbilder II, 909–919 (s. Anm. 74).

[90] Die Kirche konnte für ihre Sozialarbeit auf ein Reservoir an Personen zurückgreifen (Ordensleute usw.). Folglich war nicht das personelle Problem vordringlich, sondern die Beschaffung der Geldmittel. Korff bemerkt: «Der Appell an die Nächstenliebe als Prinzip kirchlicher Sozialaktivität findet sich dann als durchgängiges Merkmal in den Heiligenexempeln. Darüber hinaus bildeten sich ... Hilfsorganisationen, die sich in Name und Programm an der Heiligenverehrung orientierten – als die frühesten seien die Vincenz- und Elisabethvereine genannt». G. Korff, Heiligenverehrung, 106 (s. Anm. 21).

[91] Auch Fürsorge ist eine Form sozialer Kontrolle. – Zur Frage der Caritas: G. Korff, Heiligenverehrung, 106 (s. Anm. 21). Mit Fürsorge und Karitas sollte die ums Ökonomische und Politische verkürzte Interpretation der Arbeiterfrage als Problem der Armut gelöst werden. Korff nennt diese Bemühungen der Kirche «Barmherzigkeitsstrategie» und stellt fest, dass sie sehr an den Heiligenkult gebunden war. Vgl. dazu die Verehrung des hl. Antonius von Padua und die ihm zugeordnete Devotionsform, «die unter der Etikette 'soziale Andacht' oder 'Brot für die Armen' ... propagiert wurde».

[92] Vgl. U. Altermatt, Aarebrücke, 43 (s. Anm. 21).

[93] Vgl. Th. Stabell, Lebensbilder 47 (s. Anm. 47): «Gott offenbart sich in vollem Masse nur der Demuth und der Niedrigkeit». – «Die Gelehrten und Wissenden dieser Welt mögen immerhin in stolzem Gedankenfluge in die Räume des Himmels sich erheben, um Gottes Geheimnisse zu erforschen, sie werden dort wohl die Spuren Gottes, aber nicht Gott selber finden ... Gott offenbart sich in vollem Masse nur der Demuth und der Niedrigkeit.»

[94] Vgl. Katechismus, 241 (s. Anm. 81).