

Der Osterhase als Räuchermann

Seit über 80 Jahren kommt österliche Volkskunst aus dem Erzgebirge. Die Experimentierfreudigkeit der Hersteller wächst.

VON GABI THIEME

SEIFFEN – Ringo Müller, Geschäftsführer der Firma Müller – Klein Kunst aus dem Erzgebirge, kann der Volkskunstforschung zumindest ein Stück weit auf die Sprünge helfen. Während selbst Experten nicht genau wissen, ab wann der hölzerne Osterhase als Konkurrent zu Nussknacker, Räuchermann und Co. ins Erzgebirge kam, hat der 43-Jährige im Firmennachlass einen ziemlich konkreten Hinweis gefunden. Der vor 115 Jahren von seinem Urgroßvater in Seiffen gegründete Familienbetrieb fertigte Anfangs auch kleine Holzautos und Flugzeuge. Dazu gehörten noch vor dem Ersten Weltkrieg sogenannte Kanonenautos. Und darin hatten neben einer Kanone auch kleine hölzerne Hasen ihren Platz. „Ich weiß nicht, ob die Hasen nach dem Ersten oder vor dem Zweiten Weltkrieg aus der Produktion verschwanden“, erzählt Müller. Puppenstubenmöbel hätten sie irgendwann verdrängt. Erst Mitte der 1980er-Jahre habe ein einziger Hase auf einem kleinen Sockel mit einer Narzisse darauf wieder Einzug gehalten – in Ergänzung zu einem Sortiment von Marktständen und Blumenmädchen. „Er blieb bis Mitte der 1990er-Jahre ein Einzelgänger“, beschreibt Müller den zögerlichen Wiedereinzug des Osterhasen in das Produktionssortiment.

Rund 500 verschiedene Artikel werden heute in dem 40-Mann-Betrieb hergestellt, der sich noch immer als Familienunternehmen versteht und von Ringo Müller in vierter Generation geführt wird. „Höchstens zehn Prozent sind Osterfiguren oder ganz neutrale Produkte“, so der Chef. „Schwerpunkt wird immer das Weihnachtsgeschäft bleiben. Denn aus meiner Sicht ist der Markt für Oster- oder Ganzjahresartikel aus dem Erzgebirge nicht in dem Maß bereit, wie er das für Weihnachtsschmuck ist.“ Wenn der Schnee taut und die Natur erwacht, ziehe es die Leute ins Freie, in ihre Gärten. „Da rückt die Wohnung und deren Dekoration eher in den Hin-



Firmenchef Ringo Müller präsentiert seine lustigen Räucherhasen-Serie.

FOTO: WOLFGANG THIEME

tergrund.“ Zwar sei Ostern hierzulande das zweitwichtigste Fest, aber es werde längst nicht als das begangen, was es ist. Beschenkt werde kaum und auch das Schmücken der eigenen vier Wände habe nicht den Stellenwert wie zu Weihnachten.

„Der Räuchermann hat sich von Weihnachten gelöst.“

Dieter Uhlmann Verbandsgeschäftsführer

Trotzdem haben Ringo Müller und sein Entwicklerteam gerade in den vergangenen Jahren alles daran gesetzt, auch neue Oster- und Ganzjahresfiguren auf den Markt zu bringen. Die in den 1990er-Jahren gestarteten Sammeleditionen von Häschen und Bären in Naturholzoptik, zu denen jeweils 30 Figuren gehören, erhalten seit dem Vorjahr Farbe. Und zwar jene frischen Pastelltöne, mit der 2012 die erste Ganzjahrespyramide der Firma einen Sonderpreis im Wettbewerb „Tradition und Form“ einheimste. Nicht nur, dass hier das Thema Vogelhochzeit umgesetzt wurde, indem eine Hochzeitsgesellschaft im Schein von Tee-

lichtern ihre Runden dreht. Auch die Form der Pyramide wurde verändert. Das Flügelrad in Blütenform ragt aus einem Vogelhaus heraus. Das Gestell besteht nur aus einem Halbbogen. „Nichts soll an Weihnachten erinnern“, sagt Müller. Er gesteht, dass es die Firma Zeidler gewesen sei, die ihn vor einigen Jahren mit ihrer ersten Osterpyramide zu dem Experiment angestachelt habe.

Ein Novum gelang der Firma Müller mit einer elektronischen Osterspieldose samt innovativer Bluetooth-Technik mit Musik und Geschichten aus Rolf Zuckowskis Hasenzyklus „Ich bin stark“. Eine Erfolgsgeschichte versprechen auch die ab 2012 entwickelten Räucherhasen. Als Gärtner, Koch, Skifahrer, Tourist oder Bayer kommen sie daher, perfekt in der Verarbeitung, als durchweg lustige Gestalten und deshalb nicht so ganz ernst zu nehmen.

Für Dieter Uhlmann, Geschäftsführer des Verbandes Erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller, ein Beleg dafür, dass sich der Räuchermann längst von Weihnachten gelöst hat, „bei Müller in extremer Form“. Es gebe in vielen Firmen das Bestreben, neben dem Weihnachtssortiment neue Wege zu gehen. Ostern war für das Holzhandwerk lange die zweitwichtigste Zeit nach Weihnachten.

Spätestens seit den 1930er-Jahren dürften Osterfiguren ein Wirtschaftsfaktor gewesen sein. Bahnbrechendes leistete damals die Firma Esco in Hammerleubsdorf. Auch bei Wendt & Kühn in Grünhainichen entstanden Hasen mit Armen aus Brettchen. Heute nehme aber eher der Anteil neutraler Erzeugnisse zu, sagt Uhlmann.

Ein Drittel der fast 40.000 Artikel seien Oster- und Ganzjahresfiguren. Neues beigesteuert hätten 2014 neben anderen Björn Köhler in Eppendorf, die Firma Hobler in Grünhainichen, die Werkstätten Flade in Olbernhau und die Emil A. Schalling KG Seiffen. „Wir ermuntern die Hersteller, wenngleich diese Dinge bei den meisten nur ein Ergänzungssortiment zur Weihnachtsproduktion sind.“ Am Jahresumsatz der Branche von etwa 50 Millionen Euro hätten sie einen Anteil von höchstens 20 Prozent, schätzt der Verbandschef. „Während Weihnachtsartikel von den Kunden stark mit dem Erzgebirge in Verbindung gebracht werden, ist das Ostern längst nicht so.“ Hinzu komme die große Konkurrenz durch Produkte aus anderen Materialien und aus Fernost. „Wer ist schon bereit, den Osterstrauch im Garten mit handbemalten Holz-Eiern zu schmücken? Da wird wohl das Plaste-Ei das Rennen machen.“