



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2010

**Kürbis, Kommerz und Kult: Halloween und Kürbisfest zwischen
Gegenwartsbrauch und Marketing**

Kuhn, Konrad J

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-49434>

Journal Article

Accepted Version

Originally published at:

Kuhn, Konrad J (2010). Kürbis, Kommerz und Kult: Halloween und Kürbisfest zwischen Gegenwartsbrauch und Marketing. Schweizer Volkskunde = Folklore Suisse = Folclore Svizzero, 100(3):106-112.

Konrad J. Kuhn:

Kürbis, Kommerz und Kult – Halloween und Kürbisfest zwischen Gegenwartsbrauch und Marketing

Um die Jahrtausendwende kam es in der europäischen Event- und Brauchwelt zu einem „Boom“ des an Allerheiligen gefeierten Halloween, das gerade in der Schweiz auch vielfältige Verbindungen zu Kürbisfesten einging. Kürbisfest und Halloween können dabei als in einem dialektischen Wechselverhältnis stehend aufgefasst werden; dank dem Halloween-Brauch erlebte der zuvor eher wenig konsumierte Kürbis ein agrokulinarisches Revival, zugleich aber wurde der Halloween-Brauch interessant für direktvermarktende Kürbis-Bauern. Bisherige Forschungen haben darauf hingewiesen, dass bezüglich individueller Brauchpraxis und symbolischer Bedeutung für die Brauchträger bei Halloween vieles offen und unklar bleibt.¹ Eine breit angelegte qualitative Forschung auf Rezipientenseite ist nach wie vor ausstehend. Dieser Beitrag gibt einen knappen Überblick über den Stand der Forschungsdebatte in unserem Fach und liefert zugleich eine aktuelle Analyse im Bezug auf die hier interessierende schweizerische Situation.

Ursprünglich war Halloween angeblich vor allem im katholischen Irland verbreitet, und wanderte von da Mitte des 19. Jahrhunderts in die USA. Der Name selber geht auf Allerheiligen zurück: englisch All Hallows, der Abend davor hiess „Hallow even“, was zu Halloween wurde. Halloween ist mithin eine Zeit des Maskierens, wobei die Elemente Schwarz, Orange und Gelb im Vordergrund stehen. Auftretende Figuren sind Geister, Skelette, Hexen, schwarze Katzen und Feldermäuse, wobei sich beobachten lässt, dass sich die Maskenmotive hin zu immer schreckerregenderen Horrormotiven entwickeln. Halloween enthält aber auch Elemente eines Erntedankfests, was sich vor allem in der Dekoration mit Getreidebündeln und getrockneten Maiskolben zeigt, am deutlichsten aber eben mit den ausgehöhlten und geschnitzten Kürbissen. Ab 1930 wandelte sich Halloween zu einem Kinderfest, bei dem als gruselige Gestalten verkleidete Kinder an den Haustüren mit dem Droh-Spruch „Trick or Treat“ (in der deutschen Version „Süsses oder Saures“) Süßigkeiten erheischten.² Bei der Transformation von Halloween in einen Kinderbrauch ging es offenbar auch darum, den verbreiteten Streichen Einhalt zu bieten, die an aus Europa bekannte Rügebräuche erinnern. So wurden Gartentore ausgehängt, Türen verrammelt und Geräte

¹ Vgl. für die Schweiz grundlegend Muri/Gyr: Halloween - Halloweener - Hallowinner?, hier bes. S. 267-269 und Anzensberger, Beobachtungen, S. 83. Vgl. generell Korff: Halloween, bes. S. 177-178.

² Vgl. zur Geschichte und Phänomenologie des Brauches die Bücher von Rogers: Halloween und v. a. von Moore: Halloween, hier bes. S. 85-86.

verstellt. Zunehmend entwickelte sich Halloween vom Kinderbrauch wieder zurück Richtung Erwachsenenbrauch, der mit Partys, gemeinsamem Essen und teilweise sogar öffentlichen Paraden gefeiert wird.³ Aus den USA kam Halloween seit Mitte der 1990er-Jahre gleichsam als nordamerikanischer „Re-Import“ wieder nach Europa. So jedenfalls eines der verbreiteten Erklärungsangebote zur Geschichte des Brauches, das sich jedes Jahr auch in den Medien wiederfindet.⁴ Halloween ist in der Schweiz erst seit Mitte der 1990er-Jahre ein Thema. Zwar finden sich einzelne Elemente von Halloween in anderen Bräuchen, die in der Schweiz verbreitet sind: so die geschnitzte Rübe mit der Kerze wie beim Räbeliechtli-Umzug, das Heischen an den Haustüren wie beim Sternsingen oder die Elemente des Totengedenkens an Allerheiligen.⁵ Beginnend in der Westschweiz – was auf eine Übernahme aus Frankreich hinweisen würde, wo Kaufhäusern und Kostümfirmen bei der Brauchverbreitung eine zentrale Rolle zukam⁶ – erreichte der Brauch die Deutschschweiz Mitte der 1990er-Jahre.⁷ Erst nach einigen Jahren lässt sich in der Schweiz ein Interesse von Anbietern aus dem Detailhandel nachweisen, die mit einer breiten Marketingstrategie den Brauch aktiv fördern, zugleich spielen die Medien mit ihrer Berichterstattung eine wichtige Rolle. Der Kürbis ist dabei das wichtigste Element in der Symbolstruktur von Halloween und daher kommt seiner Vermarktung eine zentrale Rolle zu. Der deutlich aktivste Marktteilnehmer in der Schweiz war dabei der Bauernhof der Brüder Jucker in Seegräben, auf dem 1997 erstmals eine Kürbisausstellung stattfand, die auf die Nachfrage nach versuchsweise angebaute Kürbissen zurückging. Die Ausstellung löste ein enormes Echo aus, so dass sich sowohl Besucherzahlen wie auch angebaute Kürbistonnen in schwindelerregende Höhen steigerten. Die Brüder Jucker gründeten zur Vermarktung die Firma Jucker Farmart und bewarben den Anlass und damit verbundene Halloweenpartys intensiv, während zugleich das Medienecho sowohl im Printbereich, als auch über Fernsehsendungen enorm war. Regelmässig fanden nun Rekordjagden statt: grösste Kürbispyramide, grösste Kürbissuppe, traditionelles Kürbiswägen der schwersten Kürbisse usw. Juckers erweiterten um die Jahrtausendwende ihr Angebot mit einem „Erlebnispaket“ für den Detailhandel, das in Eisenbahnpaletten verpackte Halloween-Sets mit Dekoration, Schnitzsets, Büchern, Verkleidungen und natürlich Kürbissen beinhaltete. Dabei machten sich die Juckers die traditionelle Novemberlücke im Eventbereich zunutze, so dass sich neben den Grossverteilern auch Freizeitparks, Gastrobetriebe und Kostümhändler interessiert zeigten und hohe Umsätze erreichten. Obwohl eine weitere

³ Darauf hat bereits Kugelmass: Masked Culture hingewiesen. Vgl. generell auch Santino: Halloween.

⁴ Bendix: Halloween, S. 176-178.

⁵ Darauf weist beispielsweise Lussi: Reich der Geister, S. 70-74 hin.

⁶ Garnier: Halloween, S. 77-80 und Mugnaini: Hallowitaly.

⁷ Detailliert hierzu Muri/Gyr: Halloween – Halloweener – Hallowinner?, S. 260-261.

Fortsetzung dieses Halloween-Booms von Marktanalysten vorausgesagt worden war, machten sich ab 2005 erste marktinterne Krisenanzeichen bemerkbar.⁸ Waren bereits seit 2003 die grossen Halloween-Partys aus der Mode gekommen, brachen 2007 die Halloween-Verkäufe bei Migros und Coop deutlich ein. Migros nahm 2008 gar keine Halloween-Artikel mehr ins Sortiment auf, wobei offenbar kaum Kunden danach nachgefragt hätten. Zugleich wandelten sich die Medienberichte über Halloween: war früher wohlwollend interessiert berichtet worden und hatte es Halloween bis in die Tagesschau des Schweizer Fernsehens geschafft, standen nun vor allem die in der Nacht durch herumstreichende Jugendliche begangenen Sachbeschädigungen im Zentrum. Die Polizei erachtete es gemäss Zeitungsmeldungen beispielsweise in den Kantonen Luzern und Zürich in den letzten Jahren offenbar als nötig, spezielle Informationsblätter mit Halloween-Verhaltensnormen zu verteilen. Auch dieses, im weitesten Sinne als staatliche Normierung, Einschränkung und Kriminalisierung eines Brauches aufzufassende Phänomen, ist von zahlreichen Lärm- und Rügebräuchen bereits seit dem Mittelalter bekannt. So gingen beispielsweise 2009 bei der Kantonspolizei Zürich in der Halloween-Nacht 200 Anrufe wegen Lärm und Sachbeschädigungen ein – offenbar hat sich dabei vor allem das Werfen von Eiern gegen Hausfassaden als Streich etabliert.

Gerade dieses gegenwärtig zu beobachtende Abflauen des Halloween-Booms in der Schweiz, ermöglicht der kulturwissenschaftlichen Volkskunde eine nüchterne Analyse des Brauches. Es darf nämlich zumindest bezweifelt werden, dass sich die Brauchpraxis in den „kommunalen Funktionskreisen“ in der Form von Turnvereinen, Dorfdiscos und Klassentreffen in kleineren Gemeinden und Städten geändert hat, nur weil sich die grossen Detailhändler und Eventagenturen nicht mehr für den Brauch interessieren.⁹ Das Bedürfnis nach einem durch Höhepunkte gestalteten Jahreslauf besteht jedenfalls weiter und so ist zu vermuten, dass Halloween nach dem Boom gegenwärtig innovativ in die bestehenden Brauchlandschaften eingliedert wird. Auch der Kürbis scheint jenseits von Halloween-Partys seinen Platz zu finden, indem er im Kreise der Familie geschnitzt und danach ausgestellt wird – ein Familienbrauch in der dunklen Jahreszeit. Aus einer kulturwissenschaftlichen Perspektive lassen sich an Halloween vier Beobachtungsbereiche ausmachen, in denen qualitativ-empirische Forschung so nötig wie spannend wäre.

Erstens erlebte Halloween ab Mitte der 1990er-Jahre eine doppelte Transformation, einerseits wurde der Brauch von kommerziellen Brauchverwaltern aus dem Detailhandel mit

⁸ Nachfolgendes ergibt bereits eine kursorische Recherche der Artikel zu Halloween aus grösseren Deutschschweizer Zeitungen der Jahre 2005-2010.

⁹ Muri/Gyr: Halloween – Halloweener – Hallowinner?, S. 269.

Marketingstrategien¹⁰ aktiv beworben, andererseits erlebte Halloween durch den Rückfluss nach Europa auch auf der Brauchträgerseite eine Umwandlung. Auffallend ist einmal mehr das starke und verbreitete Bedürfnis nach einem Ursprungsnachweis, wie das auch von anderen Bräuchen bekannt ist.¹¹ Diesem Bedürfnis sind teilweise auch Exponenten unseres Faches nicht immer wissenschaftlich begegnet.¹² Konkret wurden für Halloween Bezüge zu keltischen Ursprüngen und damit zu den eigentlichen europäischen Wurzeln des Brauches deklariert, wobei sich vor allem die Medien bedient von pseudowissenschaftlichen Erklärungsangeboten hervortun. Als zentrale Agentur von derartigem „Brauchwissen“ haben sich im Zusammenhang mit Halloween vornehmlich auch die neuen elektronischen Medien wie das Internet etabliert, für dessen Einbezug bei Brauchanalysen bereits Bernhard Tschofen plädiert hat.¹³

Spannend für eine volkskundliche Kulturwissenschaft ist *zweitens* die Kritik, die Halloween von zwei Seiten erfahren hat: einerseits melden sich religiöse Kreise v. a. aus dem Bereich evangelischer Freikirchen zu Wort, die vor der Gefahr des Okkultismus warnen.¹⁴ Dies obwohl sich empirisch weder Bezüge des Brauches zur Jugendkultur der Gruftis, noch zur Subkultur der Hexerei finden lassen.¹⁵ Auch wird bisher zumindest davon ausgegangen, dass Halloween als säkularisierter und weitgehend entmythologisierter Brauch kaum transzendente Elemente beinhaltet, allerdings weisen gewisse Kommentare von erwachsenen Halloween-Teilnehmern auf quasi-religiöse Konstrasterfahrungen hin.¹⁶ Handelt es bei Halloween gar um eine spielerische öffentliche Erinnerung¹⁷ an den in unseren modernen Gesellschaften weitgehend tabuisierten Tod? Auch hier liegen Forschungsdesiderate brach. Andererseits meldeten sich kritische Stimmen gegen Halloween, die die einheimischen Bräuche durch den „amerikanischen Kommerzbrauch Halloween“ bedroht sahen. Als VertreterInnen einer Wissenschaft, die über die Wandelbarkeit und die Flexibilität von vermeintlich „alten“ Bräuchen informiert ist, fordert uns diese Kritik zu vermehrter Öffentlichkeitsarbeit und offensiver Popularisierung heraus.

¹⁰ Beobachtungen dazu bei Dafft: Geschäft mit der Gänsehaut, S. 5-9.

¹¹ Hörandner: Halloween, S. 8-9.

¹² Vgl. beispielsweise das Buch von Dewald: Kelten – Kürbis – Kulte.

¹³ Tschofen: Halloween in Österreich, S. 295. Vgl. dazu mit interessanten Beobachtungen auch Haid: Ö3 präsentiert Halloween, S. 174-180 und Anzenberger: Beobachtungen, S. 84.

¹⁴ Ein Beispiel hierfür ist das Buch von Ankerberg/Weldon: Fakten über Halloween, das religiös gegen Halloween argumentiert.

¹⁵ Muri/Gyr: Halloween – Halloweener – Hallowinner?, S. 267-269.

¹⁶ Höhn: Tot aber glücklich, S. 220-224.

¹⁷ Döring: Allerheiligabend, S. 41-42.

Drittens bestehen im Bezug auf die mit Halloween verbundenen individuellen Motivlagen bisher wenig mehr als Vermutungen. Auffallend ist einmal die Unverbindlichkeit des profanen Brauches, der auch seine perfekte Anschlussfähigkeit an variable Anlässe ermöglicht. Halloween verfügt weder über Organisationsstrukturen, noch über feste Rituale, er ist in seiner Offenheit vielmehr ein Angebot, das spontan und eklektisch genutzt werden kann.¹⁸ Die Wichtigkeit von Spass und Unterhaltung und die daraus rührende Attraktivität darf dabei nicht unterschätzt werden: Obwohl sich Halloween mit Todesmotiven schmückt, ist der Brauch in seiner Ausübung eher der Fasnacht verwandt als den anderen bekannten Totengedenkbräuchen katholischer Gegenden. Beobachtbar ist bei Halloween jedenfalls die spielerische Form von Alltagsüberschreitung, von theaterhaftem Verkleiden und eventmässigem Spektakel.¹⁹

Nachgegangen werden müsste *viertens* generell der Rolle, die direktverkaufende Bauernhöfe bei der Diffusion von Bräuchen spielen.²⁰ Für die helvetische Situation ist der Einfluss des Kürbisfestes des Juckerschen Hofes in Seegräben belegbar, aber auch andere traditionsbehaftete Anlässe finden sich zunehmend im Umfeld dieser neuen agrarischen Formen von Zusatzwirtschaft, man denke nur an „1. August-Brunchs“ und Ähnliches. Die Kürbisfeste wurzeln dabei keineswegs in einer langen Tradition – in Seegräben reicht sie nur bis 1997 zurück –, sondern entstanden als Zweig der bäuerlichen Direktvermarktung oder aus privaten Hoffesten. Aus den ehemals einfachen Kürbisdekorationen der Hofeinfahrten entwickelten sich szenische Darstellungen, Skulpturen und Stilleben, die beispielsweise in der österreichischen Steiermark von den lokalen Tourismusverbänden wettbewerbsmässig gefördert werden. Kürbisfeste waren und sind dabei immer Verkaufsveranstaltungen, denen aber zusätzliche Werte wie Gemütlichkeit, Urwüchsigkeit und „Tradition“ eingeschrieben werden. Dabei entwickelten sich Halloweenfeste und Kürbisausstellungen zeitlich in Europa parallel, auch wenn es gegenwärtig danach aussieht, dass das Kürbisfest sich als stärker und überlebensfähiger als der Halloweenboom erweisen wird. Darauf deuten auch andere Beispiele von Kürbisfesten aus dem österreichischen Raum hin, die seit 2000 den früheren Bezug zu Halloween nicht mehr thematisieren.²¹ Auch Juckers setzen seit 2003 auf ein erfolgreiches Gäste-Catering mit hofeigenen Produkten, wobei die Kürbisausstellung nun statt wie bisher von Superlativierung und Festivalisierung eher durch künstlerische Ansprüche

¹⁸ Hörandner: Halloween, S. 30.

¹⁹ Elpers: Herbst, Horror und Heidi, S. 84-86; für den skandinavischen Raum Ekrem: Mother's Day and Halloween, bes. S. 170-171.

²⁰ Grundsätzliche Überlegungen zur „Ökonomisierung“ von Bräuchen und ein Aufruf zu Gelassenheit bei Johler: Halloween und Christkindl, S. 123-126.

²¹ Neumann/Rumpf: Kürbisfeste, S. 195.

geprägt ist. Die Schnittstelle zum Kürbisfest war allerdings für die Verbreitung von Halloween essentiell. Es sieht danach aus, dass die Kürbisfeste dem vielkritisierten „Kommerzbrauch Halloween“ Anschlussmöglichkeiten geboten haben, um sich als bäuerlich-ländlich zu präsentieren.

Gegenwärtig bietet sich die wissenschaftliche Chance, endlich die Brauchträger und die mit dem Halloween verbundenen Deutungsmuster, Werthaltungen und individuellen Ausformungen in den Blick zu nehmen. Denn auch wenn wirtschaftliche Faktoren und Marketingstrategien eine wichtige Rolle spielen, erklären sie ja letztlich nicht, warum neue Bräuche Akzeptanz finden. Hier wäre zu fragen, welche rituelle Funktion Halloween für die Brauchträger hat und welche Motivlagen der Brauch bedient. Dabei wird – darauf deuten zumindest erste Resultate einer qualitativen Studie aus dem deutschen Raum²² hin – Kategorien wie „Erlebnisinszenierung“ und „Kontrasterfahrung zum Alltag“ eine wesentliche Bedeutung zukommen. Gerade wenn sich der Rauch der Marketingstrategien und der Schall der medial monopolisierten Brauchdeutung verzogen hat, ist es jenseits von Kommerz und Kult möglich, die Brauchpraxis rund um Halloween und deren variable Lesarten qualitativ zu erfassen.

Konrad J. Kuhn

konradkuhn@access.uzh.ch

Literatur:

- Ankerberg, John, Weldon, John: Fakten über Halloween. Mehr als nur ein harmloses Vergnügen. Dübendorf 2006, (erstmalig englisch Oregon 1991).
- Anzensberger, Rosmarie: Beobachtungen zu Halloween in der Schweiz. In: Schweizer Volkskunde 90 (2000), S. 83-84.
- Bendix, Regina: Halloween - Totengedanken à l'Americaine? In: Gudrun Schwibbe (Hg.): Nachts - Wege in andere Welten. Göttingen 2004, S. 176-178.
- Dafft, Gabriele: Das Geschäft mit der Gänsehaut. Die Vermarktung von Halloween. In: Volkskultur an Rhein und Maas 20 (2002), Heft 2, S. 5-16.
- Dewald, Markus: Kelten – Kürbis – Kulte. Kleine Kulturgeschichte von Halloween. Stuttgart 2002.
- Döring, Alois: Allerheiligabend. Ausdrucksformen des Todes zwischen Spiel und Ernst: eine Annäherung an Halloween. In: Volkskultur an Rhein und Maas 22 (2004), Heft 1-2, S. 33-46.
- Ekrem, Carola: Mother's Day and Halloween. Review. In: Ethnologica Scandinavia 38 (2008), S. 169-171.
- Elpers, Sophie: Herbst, Horror und Heidi. Verkleiden und Dekorieren an Halloween. In: Helmut Fischer (Hg.): Kleidung oder Verkleidung – Brauch oder Tradition? (Rheinisches Jahrbuch für Volkskunde 36). Siegburg 2005/2006, S. 77-89.
- Garnier, Camille: Halloween aux pays d'Astérix. In: Contemporary French Civilization 24 (2000), Heft 1, S. 75-88.
- Haid, Oliver: Ö3 präsentiert Halloween. Postmoderne Volkskultur zwischen UKW und WWW, in: Olaf Bockhorn, Editha Hörandner, Hartmut Prash (Hg.): Erlebniswelt Volkskultur, (Referate der Österreichischen Volkskundetagung 2001). Wien 2001, S. 163-181.
- Höhn, Marco: Tot aber glücklich. Halloween - die Nacht der lebenden Toten als Event-Mix. In: Andreas Hepp, Waldemar Vogelsang (Hg.): Populäre Events. Medienevents, Spielevents, Spassevents. Opladen 2003, S. 205-231.
- Hörandner, Editha: Halloween. Ein Druidenfest oder die Liebe zur Kontinuität, in: Editha Hörandner (Hg.):

²² Höhn: Tot aber glücklich, hier S. 225-228.

Erschienen in: Schweizer Volkskunde – Folklore Suisse, 100 (2010), Heft 3, Basel: Reinhardt. S. 106-112.

- Halloween in der Steiermark und anderswo. Wien 2005, S. 7-36.
- Johler, Reinhard: Halloween und Christkindl. Zur Ökonomisierung von Kultur, in: Manfred Jochum (Hg.): Halloween und Christkindl. Festtagskultur und Markt. Innsbruck, Wien und Bozen 2007, S. 121-128.
- Korff, Gottfried: Halloween in Europa. Stichworte zu einer Umfrage. In: Zeitschrift für Volkskunde 97 (2001), S. 177-189.
- Kugelmass, Jack: Masked Culture. The Greenwich Village Halloween Parade. New York 1994.
- Lussi, Kurt: Im Reich der Geister und tanzenden Hexen. Jenseitsvorstellungen, Dämonen und Zauberglaube. Aarau 2002.
- Moore, John: Halloween in den Vereinigten Staaten, In: Marina Scheinost (Hg.): Haube, Hausfrau, Halloween - Lebendige Kulturwissenschaft. Festschrift für Elisabeth Roth zum 75. Geburtstag. Hildburghausen 1996, S. 85-91.
- Mugnaini, Fabio: Hallowitaly. Vom Kult der Toten zur Karnevalisierung des Todes. In: Zeitschrift für Volkskunde 97 (2001), S. 216-227.
- Muri, Gabriela, Gyr, Ueli: Halloween – Halloweener – Hallowinner? Halloween zwischen Brauchverwaltung und Eventkultur in der Schweiz. In: Zeitschrift für Volkskunde 97 (2001), S. 260-272.
- Neumann, Veronika, Rumpf, Christine: Kürbisfeste. In: Editha Hörandner (Hg.): Halloween in der Steiermark und anderswo. Wien 2005, S. 161-200.
- Rogers, Nicholas: Halloween – From Pagan Ritual to Party Night. Oxford 2003.
- Santino, Jack (Hg.): Halloween and other Festivals of Death and Life. Knoxville 1994.
- Tschofen, Bernhard: Halloween in Österreich. Ein Brauch zum Andocken oder: globales Wissen schafft lokale Formen. In: Zeitschrift für Volkskunde 97 (2001), S. 254-260.