

Zeitschrift: Schweizer Volkskunde : Korrespondenzblatt der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde = Folklore suisse : bulletin de la Société suisse des traditions populaires = Folclore svizzero : bollettino della Società svizzera per le tradizioni popolari

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

Band: 90 (2000)

Heft: [4]

Artikel: Beobachtungen zu Halloween in der Schweiz

Autor: Anzenberger, Rosmarie

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1004005>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

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

Beobachtungen zu Halloween in der Schweiz

Unser Mitglied Josef Muheim aus Greppen berichtete in einer «volkskundlichen Presseschau» im Heft 2 dieses Jahres von der erfolgreich verlaufenen ersten Halloween-Party am 31. Oktober 1999 im Kanton Uri. Ein Blick auf die Webseite www.halloween.ch zeigt, dass in diesem Jahr an sehr vielen Orten Halloween-Partys stattgefunden haben – interessanterweise nicht nur in den grossen Zentren, sondern auch in den Dörfern (z.B. die *Night of the Scream* in Dottikon), wo häufig örtliche Vereine oder initiative Wirte als Veranstalter auftreten. Diese Halloween-Partys scheinen sich als neue Party-Kultur einzubürgern. Angesprochen sind wohl vor allem die gewohnheitsmässigen Party- und Disco-Besucher, also die Jugendlichen, die als Publikum auch im Internet adressiert werden.

Die im Internet zur Verfügung gestellten Informationen zum Halloween-Brauch gehen kurz auf dessen Wurzeln im keltisch-irischen Raum ein, dass dieser Brauch des «Jack O'Lantern» von irischen Auswanderern nach Amerika gebracht wurde und sich dort einbürgerte als Heische Anlass – die Kinder, die in Kürbismasken (in Irland war es noch eine ausgehöhlte Rübe) von Haus zu Haus gehen und um Süssigkeiten betteln mit dem Spruch «trick or treat» (gib mir was oder ich spiel dir einen Streich). Wobei hier offen bleiben soll, welche Streiche unter «trick» zu verstehen sind und wie sich diese unter dem Einfluss der zunehmenden Gewaltbereitschaft in der amerikanischen Gesellschaft verändert haben; dies ist ein Thema für amerikanische Kulturwissenschaftler.

Interessant ist nun, dass im Gefolge des «Halloween»-Gruselfilms und im Umfeld von Horror- und «Black Sabbath»-Kultur auch das Halloween-Fest nach Europa «zurückgekehrt» ist und vor allem bei den Jugendlichen zunehmend das christliche Allerheiligen ablöst. In der Gestaltung und vor allem Vermarktung von Halloween, wie es sich in diesem Jahr in der Schweiz darstellte, lassen sich – abgesehen von allen Veränderungen und Anpassungen des Brauchs, auf die ich hier nicht eingehen will – zwei Grundzüge unserer Kultur darstellen: Säkularisierung und Konsum. Das christliche Totengedenken des Allerheiligen- und Allerseelen-Festes, das Gedenken der Verstorbenen der eigenen Familie, der gemeinsame Besuch und das Gebet am Grab werden zunehmend minimiert und finden nur noch in einem eng gefassten kirchlichen Rahmen statt.

Halloween propagiert nun auf eine Art auch das Totengedenken, aber nicht mehr in einem christlichen Sinne, sondern quasi entpersonalisiert mit Betonung des Gruselns, der Wiedergänger und Vampire (Graf Dracula spielt eine grosse Rolle), der Werwölfe und Hexen und damit all der Paraphernalien der kommerziell erfolgreichen Horrorfilme. Dies dürfte auch mit ein Grund für den Erfolg dieser Halloween-Partys bei den Jungen sein: Sie können die Kostümierung und die ganze Inszenierung dieser Feste gestalten vor dem

Hintergrund der Filme, deren hauptsächliches Publikum sie sind (sei es über das Kino oder über Videos) und die zum allergrössten Teil aus Amerika stammen. Sie werden mit dieser Gestaltung auch nicht alleine gelassen, denn auf den Webseiten werden vielfältige Anregungen geboten, sozusagen der Rahmen des Festes festgelegt: «Dekorationsideen, Rezepte, Spiel- und Tanzideen, Verkleidungs- und Schminkideen, Kürbis» – dies die Zusammenstellung der Webseite www.halloweenideen.de, die von einem Kölner Verlag und Versand gestaltet wird, «der sich auf Bücher und Materialien für die Arbeit mit Kinder- und Jugendgruppen spezialisiert hat» (so die Selbstvorstellung auf der Webseite). Der Handel stellt all diese Utensilien bereitwillig zur Verfügung.

Ich habe es interessant gefunden zu sehen, dass schon bei der Gestaltung der entsprechenden Webseiten mit dem Gruselvokabular gearbeitet wird: mit viel Rot und Schwarz, die roten Buchstaben verlaufen nach unten, als ob Blut aus ihnen fliesse, die Seiten sind sämtlich vor schwarzem Hintergrund gestaltet und entsprechend düster, es wimmelt von Skeletten, Totenschädeln und Spukschlössern.

Was nun den Konsum betrifft, so ist einem in der *Basler Zeitung* und bezeichnenderweise im Wirtschaftsteil erschienenen Artikel (BaZ vom 28./29.10., S. 25, von Pirmin Schilliger) zu entnehmen, dass die Vermarktung von Halloween in der Schweiz bereits zwischen 40 und 50 Millionen Franken erbringt, mit Zuwachspotential. Bei den verkauften Halloween-Artikeln handelt es sich um Partyzubehör, Dekorationsmaterial (u.a. Kürbislaternen), Masken, Schmink- und *Fun*-Artikel und natürlich auch um Kürbisse. Auch wenn unter www.halloweenideen.de ein Artikel auftaucht, in dem der Kürbis als unverwertbares Gemüse bezeichnet wird, das nur geniessbar ist nach reichlichem Würzen mit Ingwer, Curry o.ä. (ironisch abgegrenzt von der südländischen Melone), scheint sich in der Schweiz die Vermarktung des Kürbisses sehr erfolgreich anzulassen. Laut dem oben zitierten BaZ-Artikel produzierte und vermarktete eine bäuerliche Firma namens *Jucker Farmart* in Seegräben in diesem Jahr bereits 5000 Tonnen Kürbis (www.juckerfarmart.ch). Und auch die Migros (die allen «gruseligen Spass und Happy Halloween» wünscht!) propagiert den Kürbis: Sie stellt auf ihrer Webseite Rezepte zur Verfügung, Brot mit Kürbiskernen wird in diesen Wochen als «Halloween-Brot» angepriesen, es gibt «Halloween-Teigmandli», und vor allem findet sich auf sämtlichen Dekorationsmaterialien der Kürbis als ausgehöhlte Maske. Nicht nur den Schaufenstergestaltern scheint diese Dekorationsidee hochwillkommen zu sein, vor allem dem Handel bietet Halloween die Möglichkeit, zwischen den Themen «Herbst» und «Weihnachten» noch etwas Neues dazwischenzuschalten – wie überhaupt die Rhythmen der Konsumanreize immer kürzer werden. Der ausgehöhlte Kürbis findet sich denn auch auf einer Vielzahl von Utensilien: auf Servietten, als Windlichter und Kerzen, auf Trockengestecken ... So wird das breite Publikum an den Anblick dieser Kürbismasken gewöhnt und lernt allmählich, mit ihnen die Woche um den 1. November zu verbinden.

Rosmarie Anzenberger