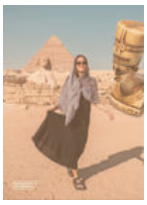
Datum: 03.06.2026

COOPZEITUNG

Coop-Zeitung Gesamt
4002 Basel
0848 400 044
https://www.coopzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Publikumsmedien
Auflage: 1'756'198
Erscheinungsweise: wöchentlich



Seite:
18,19,20,21,22,23
Fläche: 63'640 mm²

Auftrag: 1089317
Themen-Nr.: 038085
Referenz:
273a5de8-8f18-456d-9a02-10e1389c82be
Ausschnitt Seite: 1/7

Souvenir, Souvenir ...

Text **Susanne Stettler**

REISEN

Wer von einer Reise zurückkehrt, bringt eine Vielzahl an Geschichten und Erinnerungen mit, oft auch ein paar Andenken. Was hat es mit diesen Souvenirs auf sich, wer hat sie erfunden und warum sind wir eigentlich so scharf darauf?

Sei es die kitschig-witzige Winke-Queen aus England, eine farbenfrohe Decke aus Mexiko, der herzige Plüsch-Koala aus Australien, schmackhafte Gewürze aus Sri Lanka oder ein natürlicher Lavastein aus Island: Es sind besondere Stücke für ihre Besitzerinnen und Besitzer. Andenken verkörpern Erinnerungen und Sehnsüchte gleichermassen – und begleiten manche Menschen ein Leben lang.

Doch wann sind Souvenirs in Mode gekommen und wer hat sie erfunden? Damit hat sich Franziska Nyffenegger (59), Dozentin für Designgeschichte und -theorie an der Zürcher Hochschule für Künste, in ihrer Dissertation «Souvenirdinge – Nachdenken über Andenken» beschäftigt. «Sie gehören zu den ältesten seriell hergestellten Artefakten und sind seit der Antike dokumentiert. Offenbar entfernten Pilgerreisende damals Steinstücke aus griechischen Tempeln und nahmen sie mit, worauf die Tempelverwalter begannen, Andenken herzustellen und zu verkaufen», erzählt sie. Hierzulande dauerte es etwas länger. «Für die Schweiz ist belegt, dass Reisende aus Deutschland, Frankreich, England oder auch Russland im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert eine Nachfrage nach Souvenirs erzeugten.» Daraus habe sich etwa die Brienzer Schnitzerei entwickelt. Doch viele frühe Reisende hätten Souvenirs auch selbst gemacht, indem sie zum Beispiel Blumen gepresst, Wanderstöcke geschnitzt oder Gamsfelle mit nach Hause genommen hätten.

Der kleine Unterschied

«Es gibt im Produktdesign nur wenige Dinge, die so vielfältig und spannend sind wie Souvenirs. Einfach, weil ihre Gebrauchsfunktion eine symbolische ist und eine emotionale noch dazu», erklärt Franziska Nyffenegger. «Und weil sie an der Schnittstelle zwischen zwei Kulturen entstehen, aus der Begegnung zwischen Reisenden und Bereisten.»

Kulturwissenschaftlich gesehen ist Andenken allerdings nicht gleich Andenken. Nyffenegger: «Souvenirs sind in der Regel industriell hergestellte, käuflich erwerbbare Erinnerungsstücke, während es sich bei Mementos um persönliche, nicht kommerzielle Andenken handelt, etwa eine Muschel vom Strand.» Dabei erzählt aus den Ferien Mitgebrachtes nicht vorrangig etwas über den Ort, den wir besucht haben, sondern viel mehr etwas über uns selbst, beziehungsweise unser Inneres. Denn auf einer Reise bewegen wir uns physisch und psychisch: Wir werden aus unserer Komfortzone gerissen, müssen uns in einer fremden Umgebung zurechtfinden, haben oft auch Unvorhergesehenes zu bewältigen und werden überdies mit anderen Traditionen, Mentalitäten und Kulturen konfrontiert. Diese Erlebnisse sind im wahrsten Sinne des Wortes Souvenirs, Erinnerungen. Die greifbaren Souvenirs, die Andenken also, fussen darauf, denn sie sind Symbole unserer Erlebnisse. Sie transportieren Geschichten und Gefühle. Was aber gilt überhaupt als Souvenir? Franziska Nyffenegger: «Alles, was Menschen für sich als solches deklarieren. Und wer Andenken verkaufen will, muss einfach ‹Souvenir› draufschreiben.»

Im Wandel der Zeit

Sehr viele verschiedene Andenken gibt es derzeit im Alpinen Museum der Schweiz (ALPS) in Bern in der Ausstellung «Souvenir. Selfies, Kitsch und Gipfelsteine» zu sehen. «Seit Menschen reisen, gehören Souvenirs zur touristischen Kultur und prägen Vorstellungen über das Bild der Schweiz», erklärt Rebecca Etter (39), Kuratorin der Exhibition. «Diese geht der Frage nach, was Souvenirs über uns verraten. Und sie nimmt Andenken von Bergreisen als Ausgangspunkt, um individuelle Erfahrungen mit grösseren gesellschaftlichen Fragen zu verknüpfen.» Mitbringsel seien auch Teil der Tourismuswerbung.

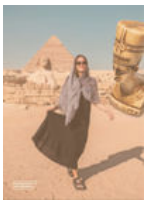
ARGUS DATA INSIGHTS® WISSEN ZUM ERFOLG
ARGUS DATA INSIGHTS® Schweiz AG | Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
T +41 44 388 82 00 | E mail@argusdatainsights.ch | www.argusdatainsights.ch

Datum: 03.06.2026

COOPZEITUNG

Coop-Zeitung Gesamt
4002 Basel
0848 400 044
https://www.coopzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Publikumsmedien
Auflage: 1'756'198
Erscheinungsweise: wöchentlich



Seite:
18,19,20,21,22,23
Fläche: 63'640 mm²

Auftrag: 1089317
Themen-Nr.: 038085
Referenz:
273a5de8-8f18-456d-9a02-10e1389c82be
Ausschnitt Seite: 2/7

Die kleine Nofretete-Büste bringt das Land der Pyramiden nach Hause.

FOTOS STOCKSY, HEINER H. SCHMITT, JULIAN RUPP

ARGUS DATA INSIGHTS® WISSEN ZUM ERFOLG

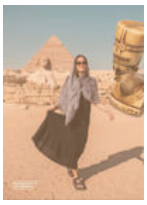
ARGUS DATA INSIGHTS® Schweiz AG | Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
T +41 44 388 82 00 | E mail@argusdatainsights.ch | www.argusdatainsights.ch

Datum: 03.06.2026

COOPZEITUNG

Coop-Zeitung Gesamt
4002 Basel
0848 400 044
https://www.coopzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Publikumsmedien
Auflage: 1'756'198
Erscheinungsweise: wöchentlich



Seite:
18,19,20,21,22,23
Fläche: 63'640 mm²

Auftrag: 1089317
Themen-Nr.: 038085
Referenz:
273a5de8-8f18-456d-9a02-10e1389c82be
Ausschnitt Seite: 3/7

→ Seite 20

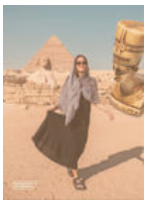
Rebecca Etter
Sie hat im Alpinen Museum der Schweiz eine Ausstellung über Souvenirs kuratiert.

Datum: 03.06.2026

COOPZEITUNG

Coop-Zeitung Gesamt
4002 Basel
0848 400 044
https://www.coopzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Publikumsmedien
Auflage: 1'756'198
Erscheinungsweise: wöchentlich



Seite:
18,19,20,21,22,23
Fläche: 63'640 mm²

museum alpines museum alpine museo alpino musée alpin

Auftrag: 1089317
Themen-Nr.: 038085
Referenz:
273a5de8-8f18-456d-9a02-10e1389c82be
Ausschnitt Seite: 4/7

→ Einerlei, ob Kugelschreiber aus dem Berghotel oder Schneekugel aus Zermatt: Zu Hause aufgestellt werden sie laut Rebecca Etter zum Gesprächsanlass und fördern die Mund-zu-Mund-Propaganda einer Feriendestination. Ausserdem transportieren Ansichtskarten, Grafiken und Fotos Bilder einer Destination und formen den touristischen Blick. «Lockten früher Reiseberichte, Reiseführer oder Zeichnungen Menschen an atemberaubende Orte, tun dies heute auch Influencerinnen und Influencer sowie Netflixserien.»

Neben der Information über lohnenswerte Destinationen haben sich die Andenken im Laufe der Zeit gewandelt. «Während historische Souvenirs in unserer Sammlung reichlich vorhanden sind, fehlen zeitgenössische Mitbringsel fast komplett. Deshalb ist das Publikum aufgerufen, eigene Berg-Reiseandenken aus der Schweiz beizusteuern, samt persönlicher Geschichten», so Rebecca Etter. Natürlich haben sich die Mitbringsel im Laufe der Zeit gewandelt. «Gemäss Casagrande – einem grossen Souvenirshop im Tourismus-Hotspot Luzern – veränderten sich Souvenirs, als die Wohnwand als Einrichtungsgegenstand verschwand und überdies, als vermehrt Touristinnen und Touristen aus Japan die Schweiz besuchten, denn dort gibt es keine Wohnwände», erläutert Franziska Nyffenegger. «Auf die vergangenen 200 Jahre gesehen sind Souvenirs vor allem kleiner und billiger geworden.»

Zweiklassen-Gesellschaft

«Souvenirs sind weit mehr als nur Erinnerungsstücke, denn sie sagen viel über unser Verhältnis zu Orten, Reisekultur und Konsumverhalten aus», sagt Rebecca Etter. Das wirft unweigerlich die Frage auf, ob es gute und schlechte Andenken gibt. Franziska Nyffenegger zufolge ist das eine Frage der Perspektive. «Die Hüterinnen und Hüter des guten Geschmacks im 19. und 20. Jahrhundert würden sagen: ‹Ja, es gibt ganz schreckliche Souvenirs, und die müssen weg!›» Sie nennt hierfür zwei aus heutiger Sicht amüsante Beispiele. «An der Landesausstellung 1939 in Zürich gab es einen Souvenir-Schandpfahl. Dabei wurden auf der einen Seeseite kuratierte, vom Heimatwerk vertriebene, ‹gute› Andenken ausgestellt, während auf der anderen Seeseite die als ‹schlecht› angeprangerten Stücke reissenden Absatz fanden.»

Darüber hinaus veranstaltete das heutige Bundesamt für Kultur bis in die 1970er-Jahre regelmässig Wettbewerbe für «gute Reiseandenken».

Verräterische Gegenstände

Dieser Souvenir-Snobismus ist allerdings fehl am Platz, denn Erinnerungsstücke sind eine sehr persönliche Sache. Allgemein gilt: Sie erfüllen – wie erwähnt – eine emotionale Funktion. Laut Kulturwissenschaftlerin Franziska Nyffenegger gibt es → Seite 22

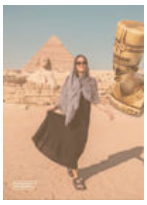
ARGUS DATA INSIGHTS® WISSEN ZUM ERFOLG
ARGUS DATA INSIGHTS® Schweiz AG | Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
T +41 44 388 82 00 | E mail@argusdatainsights.ch | www.argusdatainsights.ch

Datum: 03.06.2026

COOPZEITUNG

Coop-Zeitung Gesamt
4002 Basel
0848 400 044
https://www.coopzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Publikumsmedien
Auflage: 1'756'198
Erscheinungsweise: wöchentlich



Seite:
18,19,20,21,22,23
Fläche: 63'640 mm²

Auftrag: 1089317
Themen-Nr.: 038085
Referenz:
273a5de8-8f18-456d-9a02-10e1389c82be
Ausschnitt Seite: 5/7

In London ist Queen Elizabeth II. (1926–2022) nach wie vor allgegenwärtig – natürlich auch bei den Souvenirs.

ARGUS DATA INSIGHTS® WISSEN ZUM ERFOLG

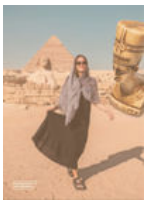
ARGUS DATA INSIGHTS® Schweiz AG | Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
T +41 44 388 82 00 | E mail@argusdatainsights.ch | www.argusdatainsights.ch

Datum: 03.06.2026

COOPZEITUNG

Coop-Zeitung Gesamt
4002 Basel
0848 400 044
https://www.coopzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Publikumsmedien
Auflage: 1'756'198
Erscheinungsweise: wöchentlich



Seite:
18,19,20,21,22,23
Fläche: 63'640 mm²

Auftrag: 1089317
Themen-Nr.: 038085
Referenz:
273a5de8-8f18-456d-9a02-10e1389c82be
Ausschnitt Seite: 6/7

Wenn man schon nicht das Matterhorn mitnehmen kann, dann wenigstens eine Tasse mit dem Schweizerkreuz drauf.

FOTOS JUNGHEE CHOI, AYSE YAVAS, HEINER H. SCHMITT, STOCKSY

Franziska Nyffenegger
Die heutige Dozentin für Designgeschichte und Designtheorie widmete ihre Doktorarbeit den Andenken.

ARGUS DATA INSIGHTS® WISSEN ZUM ERFOLG

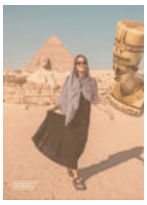
ARGUS DATA INSIGHTS® Schweiz AG | Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
T +41 44 388 82 00 | E mail@argusdatainsights.ch | www.argusdatainsights.ch

Datum: 03.06.2026

COOPZEITUNG

Coop-Zeitung Gesamt
4002 Basel
0848 400 044
https://www.coopzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Publikumsmedien
Auflage: 1'756'198
Erscheinungsweise: wöchentlich



Seite:
18,19,20,21,22,23
Fläche: 63'640 mm²

Auftrag: 1089317
Themen-Nr.: 038085
Referenz:
273a5de8-8f18-456d-9a02-10e1389c82be
Ausschnitt Seite: 7/7

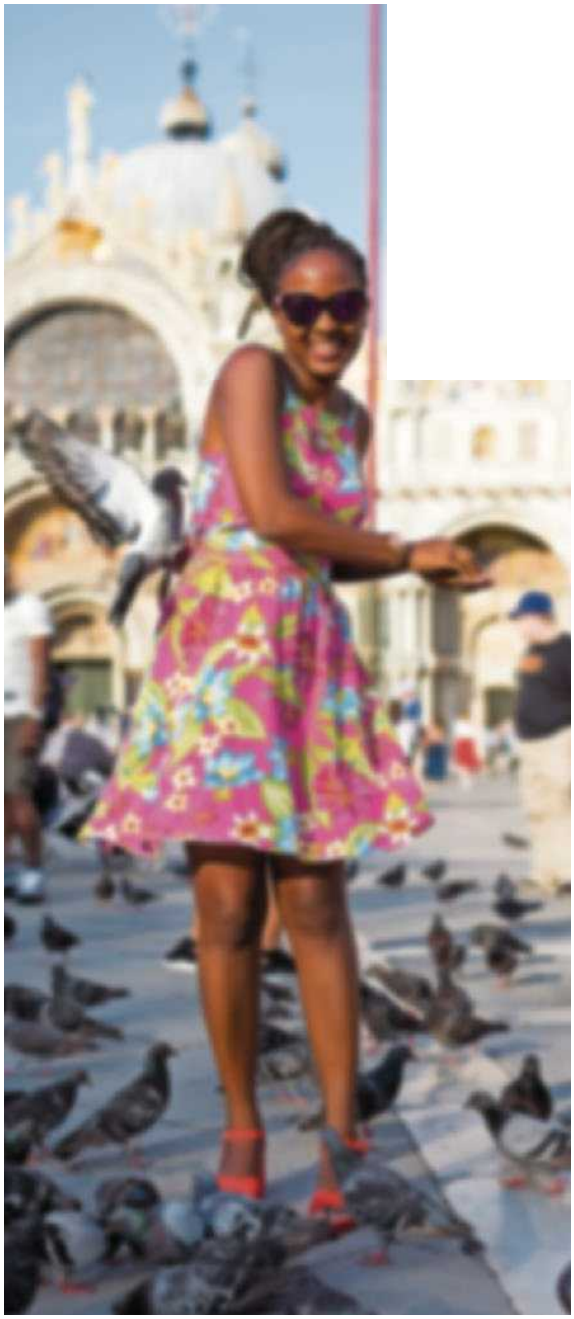
→ diesbezüglich verschiedene Ansätze. Einer besagt, dass Andenken helfen, Erlebnisse nicht zu vergessen. Einem weiteren zufolge «versöhnen» Mitbringsel die Zuhausegebliebenen. Laut dem dritten sind zu Hause ausgestellte Souvenirs sogenannte Konversationsstücke – Gäste sehen, dass man (weit) gereist ist, und man kommt darum ins Gespräch. «So gesehen sind Souvenirs auch Prestigeobjekte. Heute allerdings bedeutend weniger als früher, als Reisen noch sehr viel exklusiver waren.»

Museumskuratorin Rebecca Etter schreibt den Andenken ebenfalls mehrere Aufgaben zu. «Wenn wir für uns selbst ein Souvenir mitnehmen, erinnern sie uns an besondere Orte und Momente», erläutert sie. «Bringen wir hingegen Souvenirs für Daheimgebliebene mit, so haben sie auch eine soziale Funktion: Sie sind Werbung, kreieren Bilder in den Köpfen, fungieren als Beweisstücke und Trophäen – oder einfach als Dankeschön für das Giessen der Pflanzen während unserer Abwesenheit.» Andenken verraten zwar etwas über das Reiseziel, aber vielleicht mehr noch über den Geschmack und die Identität der oder des Reisenden.

Und welche Mitbringsel haben für Souvenirspezialistin Franziska Nyffenegger eine besondere Bedeutung? «Alle Andenken, die mir meine Grossmutter von ihren Reisen mitbrachte, als ich ein Kind war: ein kleines Album aus Budapest, eine Muschel vom Atlantik oder eine Tasse aus der Provence.» Sie selbst kaufe heute in der Regel ein Glas Honig – in der Vorratskammer stünden Honig aus dem Bündnerland, Italien, Griechenland und Deutschland. Zudem habe ihr ein Freund Honig aus Tasmanien mitgebracht. «Manchmal bringe ich aber auch schöne handwerkliche oder kunsthandwerkliche Gebrauchsgegenstände heim.»

Wer eine Reise tut, hat bekanntlich etwas zu erzählen. Und ihre oder seine Souvenirs ebenso. ▪

Die Tauben auf dem Markusplatz taugen nicht als Venedig-Andenken, eine Mini-Gondel aber schon.



SUSANNE STETTLER
REDAKTORIN

Bringt von ihren Reisen eigentlich immer eines oder sogar mehrere Souvenirs nach Hause.

ARGUS DATA INSIGHTS® WISSEN ZUM ERFOLG
ARGUS DATA INSIGHTS® Schweiz AG | Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
T +41 44 388 82 00 | E mail@argusdatainsights.ch | www.argusdatainsights.ch