

Reifenvieh und Reiterlein – nur als Originale

Kampagne „Original statt Plagiat – Für deutsche Handwerkskunst“ macht echte Stücke bekannter

Seiffen wird oft in einem Atemzug mit Weihnachten und Volkskunst genannt. Der 2.700-Seelen-Ort ist weltberühmt für seine Engel, Räuchermännchen und Pyramiden. Doch was ist echt und was nicht? Im vergangenen Winter wirbelte ein niedersächsischer Geschäftsmann die weihnachtliche Original-Kauflust ziemlich durcheinander. Mitten im Ort brachte er Billig-Volkskunst made in China unters Volk.

Um die 120 Betriebe leben im „Spielzeugdorf“ Seiffen von der Produktion und dem Verkauf von Erzgebirgskunst. Da stieß die niedersächsische Geschäfts-Offerte natürlich auf viel Unmut. Doch was auf den ersten Blick eher als negative Schlagzeilen in Erinnerung geblieben ist, hat sich auf den zweiten Blick als wirkungsvoll herausgestellt, was die Vermarktung originaler Volkskunst betrifft. Denn mit dem Verkauf der China-Plagiate durchlief das Thema viele Medien. Und viele, die heute ein Räuchermännchen kaufen, schauen erst einmal nach, ob es „echt“ ist. Dafür sorgt auch die Kampagne „Original statt Plagiat – Für deutsche

Handwerkskunst“. Die Aktion von Kunsthandwerkern aus dem Erzgebirge macht sich dafür stark, dass nur als Erzgebirgskunst verkauft wird, was auch vor Ort hergestellt worden ist. Das ist zum Beispiel unter so geschützten Begriffen wie „Erzgebirgische Volkskunst“, „Erzgebirgische Holzkunst“ oder „Erzgebirgische Miniaturen“ erhältlich. Auch dort, wo „Echt Erzgebirge“, „Olbnhauer Reiterlein“ oder „Seiffener Reifenvieh“ draufsteht, sind Originale drin.

Dieter Uhlmann, Geschäftsführer des „Verbandes Erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller“ glaubt, dass die neue Marketingkampagne bereits in dieser Saison erste Früchte tragen wird. „Original statt Plagiat – Für deutsche Handwerkskunst“ habe den Bekanntheitsgrad der Erzgebirgischen Volkskunst® deutlich erhöht. Auch mache sie klar, wie wichtig eine entsprechende eindeutige Kennzeichnung der Waren sei. Die Warenzeichen seien zudem nicht nur Herkunftsangabe, sondern auch Gütesiegel.

Bekannt gemacht haben die Handwerker die Kampagne bereits auf verschiedenen Messen. Was den Erzgebirglern aber neue Sorgen macht: Es ist schwer einzuschätzen, wie die Kunden nach der Mehrwertsteuererhöhung mit ihren Geschenke-Käufen reagieren. Nicht nur, dass die wenigsten über entsprechend hohe Einkommen verfügen – für die Hersteller ist es auf Grund der gestiegenen Material- und Energiekosten auch nicht immer leicht, Preiserhöhungen zu vermeiden. So haben sich zum Beispiel die Holzpreise in den letzten Jahren nahezu verdoppelt. Der Verband Erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller e.V. wurde 1990 von Herstellern Erzgebirgischer Holzkunst als deren freiwillige Dachorganisation gegründet. Er



Echte Qualität hat ein Warenzeichen.

Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V.

fördert die mit Warenzeichen garantierte Erzgebirgische Holzkunst und seine Hersteller. Zu seinen wichtigsten Aufgaben gehört die Imagewerbung, die seit 1992 unter der Dachmarke „Echt Erzgebirge – Holzkunst mit Herz“ mit dem Bild des kleinen Reiterleins auf dem Schaukelpferd erfolgt. Thessa Wolf