

Die Chinamännel kommen

Fernöstliche Schnitzkunst im Erzgebirge – die Globalisierung erschüttert **SACHSEN VON GEORG ETSCHKEIT**

Die ZEIT

14. Dez. 2006

SEIFFEN

Das Erzgebirge nennt sich gern »Deutsches Weihnachtsland«. Aus dem kargen Höhenzug in Sachsen kommt alles, was neben dem Weihnachtsbaum zum Fest so dazugehört: Weihnachtspyramiden, Engelsorchester, Schwibbögen, Spieldosen, Nussknacker und Räuchermännchen. Zentrum des erzgebirgischen Weihnachtswesens ist der kleine Kurort Seiffen nahe Chemnitz. In der Adventszeit ist die 2700-Seelen-Gemeinde ein einziger Weihnachtsmarkt. 120 Handwerksläden und Geschäfte mit heimatlicher Holzkunst säumen die Straßen, an denen zur vorweihnachtlichen Hochsaison an den Wochenenden Touristen in Scharen vorbeipilgern.

So ist es auch in diesem Jahr – und doch ist alles anders. Denn unverhofft ist die Globalisierung über den Ort hereingebrochen, in Gestalt der »Chinamännel«, wie die Einheimischen die ziemlich naturgetreuen Repliken erzgebirgischer Räuchermänner aus Fernost abschätzig nennen. Der Zorn richtet sich aber nicht gegen die Chinesen, die ja immer noch etliche Flugstunden entfernt sind von Sachsen, sondern gegen Johannes Schulte. Der Kunstgewerbehändler aus dem Emsland hat vor kurzem in Seiffen einen Laden eröffnet, in dem er die Chinamännel verkauft. Die lässt er nach erzgebirgischen Vorbildern von an die 300 Mitarbeitern in zwei chinesischen Werkstätten produzieren. Mit den Dumpingpreisen aus Fernost können die Erzeugnisse deutscher Handarbeit nicht konkurrieren.

Nun bangen die einheimischen Volkskunstproduzenten um ihre Zukunft. »Wenn das Schulte macht, wäre das das Ende für unsere Tradition«, sagt Ringo Müller, selbst Inhaber einer Werkstatt für Holzspielzeug und Sprecher der Kampagne »Original statt Plagiat«, mit der das Bewusstsein der Kunden für echte Holzkunst aus dem Erzgebirge gestärkt werden soll. Plakate mit diesem Slogan hängen mittlerweile in vielen Schaufenstern in Seiffen.

Aber die Seiffener bedienen sich auch subtilerer Methoden, um dem unliebsamen Konkurrenz das Leben schwer zu machen. Schulte habe schon mehrmals versucht, in der Gegend Fuß zu fassen, sagt Müller. Dies sei aber bislang immer am »Konsens« der Einheimischen gescheitert. Will heißen: Nie-

mand war bereit, dem Konkurrenten aus dem Emsland einen Mietvertrag einzuräumen.

Doch dann wagte es doch einer, den »Konsens« aufzukündigen. Thomas Kirsche, Inhaber eines traditionsreichen Seiffener Holzkunsthandels, vermietete dem Emsländer ein Ladenlokal in seinem Anwesen. Jetzt bekommt auch er den Zorn der Handwerker zu spüren. Kirsche spricht von »mafiaähnlichen Methoden«. Nach dem Deal mit Schulte hätten sich gleich mehrere Elektriker, offenbar unter dem Druck der Spielzeugmacher, geweigert, für seinen neuen Mieter einen Stromzähler zu installieren. Außerdem werde sein Geschäft von Zulieferern boykottiert. »Die haben doch alle noch nicht kapiert, was Marktwirtschaft ist«, sagt Kirsche.

Auch Schulte selbst sieht sich als Mobbing-Opfer. Die Scheibe seines Lieferwagens sei von Unbekannten eingeschlagen worden; ein Hotel, in dem er logieren wollte, soll ihn vor die Tür gesetzt haben. Und Banken im Ort hätten ihn kein Konto eröffnen lassen.

Wolfgang Schreiter, Bürgermeister von Seiffen, unterstützt zwar die Kampagne »Original statt Plagiat«, versucht aber, die Wogen in seinem Gemeinwesen etwas zu glätten. Schultes Laden sei ja nur sehr klein, sagt er. Außerdem würden ja auch die Traditionsbetriebe Zulieferungen aus dem Ausland verarbeiten, etwa die kleinen Spankörbe, die manche Räuchermännel in den Händen hielten.

Schulte ist in der Region kein Unbekannter. Ein Plagiatsverfahren hat er nach sieben Jahren vor dem Oberlandesgericht Dresden verloren – seine Widersacher aber mussten fortan mit dem Vorwurf leben, einerseits gegen die Globalisierung zu sein, andererseits aber selbst in Tschechien produzieren zu lassen.

Dieter Uhlmann, Geschäftsführer des Verbandes Erzgebirgischer Kunsthandwerker, räumt zähneknirschend ein, dass Schulte sich mit seinen Produkten durchaus um Qualität bemühe. »Auf den ersten Blick sind die Unterschiede zu den Originalprodukten nicht zu erkennen.«

Wahrscheinlich läuft das Geschäft mit den Chinamännel darum so gut. »Die Negativwerbung«, sagt Schultes Vermieter Kirsche, »ist nach hinten losgegangen.«