

Sammlung Waltraud Neuwirth /
Waltraud Neuwirth Collection

1920-1980

A collection of 12 vintage glass Christmas ornaments from the 1920-1980 era, displayed on a black background. The ornaments include a bicycle, a sailboat, a starburst, a frog, a snowman, a scorpion, a spiderweb, a spider, a bottle, a lotus, a long pointed one, and a shell.

Funkelnder Baumschmuck aus Gablonz Sparkling Tree Decorations from Gablonz 1920–1980

Lilli Hollein,
Kathrin Pokorny-Nagel
(Hg. / eds.)

Verlag der Buchhandlung
Walther und Franz König,
Köln

TEXTBEITRÄGE

7

VORWORT

Lilli Hollein

15

„... UND GRÜN DES LEBENS GOLDNER BAUM“

August Ruhs

27

GLÄSERNE WEIHNACHTEN

Petr Nový

55

WEIHNACHTLICHER BAUMSCHMUCK KULTURGESCHICHTLICH BELEUCHTET

Nora Witzmann

71

„ICH HABE ZWAR EINE SAMMLUNG, ABER ICH BIN KEINE SAMMLERIN“

Waltraud Neuwirth

im Gespräch mit Kathrin Pokorny-Nagel

90

LITERATURVERZEICHNIS & GLOSSAR

BILDTEIL

94–212

Texte von Kathrin Pokorny-Nagel

- 94 • Einleitung zum Bildteil: Gablonz und der böhmische Raum,
- 98 • Architektur am Baum,
- 110 • Unterwegs – Symbole der Mobilität, 122 • Festliche Figuren,
- 136 • Alltägliches – Gegenstände als Christbaumschmuck,
- 148 • Der Klang von Weihnachten in Miniaturform,
- 158 • Tierisch festlich, 174 • Fruchtbarer Glanz – Obst am Baum,
- 186 • Höhepunkt des Weihnachtsbaums – der Spitz aus Hohlglas,
- 196 • Geometrische Formen, 210 • Technologie

ARTICLES

11

FOREWORD

Lilli Hollein

21

“... BUT THE GOLDEN TREE OF ACTUAL LIFE SPRINGS EVER GREEN”

August Ruhs

41

GLASS CHRISTMAS

Petr Nový

63

CHRISTMAS TREE DECORATIONS FROM THE PERSPECTIVE OF CULTURAL HISTORY

Nora Witzmann

81

“I MAY HAVE A COLLECTION, BUT I’M NOT A COLLECTOR”

Waltraud Neuwirth

in conversation with Kathrin Pokorny-Nagel

90

BIBLIOGRAPHY & GLOSSARY

ILLUSTRATIONS

95–213

Texts by Kathrin Pokorny-Nagel

95 • Illustrations: Introduction, Gablonz and Bohemia,

98 • Architecture on the Tree,

110 • Travel: Symbols of Mobility, 122 • Festive Figures,

136 • The Everyday: Objects as Christmas Tree Decorations,

148 • The Sound of Christmas in Miniature, 158 • Festive Fauna,

174 • Fruitful Splendor: Fruit on the Tree,

186 • The Pinnacle of the Christmas Tree: The Hollow Glass Point,

196 • Geometric Shapes, 210 • Technology

Einleitung

Die enorme Popularität des Weihnachtsfestes vermittelt oft den Eindruck, es bestehe auch ein großes wissenschaftliches Interesse an diesem Thema. Das ist in Wirklichkeit jedoch nicht der Fall. Zwar konzentrieren sich zahlreiche populärwissenschaftliche Bücher auf die Identifikation und Beschreibung sozialer Bräuche und Rituale, basierend auf ethnografischen Erkenntnissen, aber moderne historische und kulturgeschichtliche Studien zu diesem Fest sind eher selten.¹

Ähnlich verhält es sich mit dem gläsernen Christbaumschmuck und dem Weihnachtsschmuck im Allgemeinen. Die renommierte Kunsthistorikerin Waltraud Neuwirth, langjährige Kuratorin am MAK – Museum für angewandte Kunst in Wien, war die Erste, die sich Mitte der 1990er Jahre wissenschaftlich mit diesem Thema beschäftigte. Ihr verdanken wir die ersten relevanten Informationen über böhmischen (tschechoslowakischen) und österreichischen mundgeblasenen Glas-Christbaumschmuck.² In der Folge entstanden zu diesem Thema zahlreiche Publikationen, vor allem im deutschsprachigen Raum, in Tschechien, aber auch in den USA.³

Die Erforschung der Entstehungsgeschichte des Weihnachtsfestes und des gläsernen Christbaumschmucks ist genauso spannend wie der Moment kurz vor dem Öffnen der Zimmertür, hinter welcher der festlich geschmückte Weihnachtsbaum und die darunter liegenden Geschenke warten. Und diese Geschichte birgt noch viele Geheimnisse, die es zu lüften gilt.

Aus der Geschichte des Weihnachtsbaums und des Christbaumschmucks

Das Weihnachtsfest wird heute in weiten Teilen der Welt auf ähnliche Weise gefeiert: Im Mittelpunkt steht die Familie, die sich um einen festlich geschmückten Weihnachtsbaum versammelt, unter dem Geschenke – insbesondere für die Kinder – liegen. Dieser Brauch gilt häufig als uralte, ist tatsächlich jedoch jünger, als man

¹ Siehe die im Literaturverzeichnis S. 90/91 angeführten Publikationen aus Großbritannien, Deutschland und Tschechien sowie die zeitgenössischen Studien zu Weihnachtsbaum und -schmuck.

² Siehe Literaturverzeichnis S. 90/91.

³ Später wurde das Thema von Irmgard und Peter Becker (2013) sowie Angelika Steinmetz-Oppelland (2016) weiterentwickelt, wobei historische Texte und Werbeanzeigen kombiniert wurden. In den USA haben Robert Brenner (1985, 1986, 1995, 2002) und Jody L. Pritzl (2016, 2022) grundlegende Arbeiten über gläsernen Christbaumschmuck und die Entwicklung des Marktes veröffentlicht, vor allem aus der Perspektive von Sammler*innen. In der Tschechischen Republik haben sich Petr Nový (2010) und Barbora Kulhavá (2018), Miteigentümerin von Rautis, mit geblasenem Christbaumschmuck und Gablonzer Christbaumschmuck beschäftigt.

vermuten würde. Der Baumkult war zwar in vielen alten Kulturen und Religionen verankert, ebenso wie das Feiern der Sonnenwende und später der Geburt Christi. Doch erst im 19. Jahrhundert wurde das Dreigestirn „privater geschmückter Weihnachtsbaum – Familie – Geschenke“ zur Norm. Das moderne Weihnachtsfest lässt sich daher als eine „erfundene Tradition“ im Sinne des britischen Historikers Eric Hobsbawm beschreiben – als eine Reihe von Praktiken, die sich an anerkannten rituellen oder symbolischen Regeln orientieren und durch Wiederholung bestimmte Werte und Verhaltensnormen vermitteln. Dies impliziert eine historische Kontinuität.⁴ Der US-amerikanische Historiker Joe Perry beschreibt die moderne Form dieses Festes als Produkt eines aufgeklärten, bürgerlichen, vor allem protestantischen Milieus, das besonderen Wert auf familiäre Intimität legt.⁵



Tschechoslowakischer Christbaumschmuck auf der Weltausstellung in Brüssel. Reproduktion aus der Studie Václav Čtyrský. *Sklo na světové výstavě v Bruselu, Sklárské rozhledy XII*, 1935, Nr. 6–7.

Czechoslovak Christmas tree decorations at the World's Fair in Brussels. Reproduction from the study Václav Čtyrský. *Sklo na světové výstavě v Bruselu, Sklárské rozhledy XII*, 1935, no. 6–7.

In wohlhabenden und privilegierten deutschsprachigen Familien in ganz Europa wurde der Weihnachtsbaum ab Mitte des 18. Jahrhunderts eindeutig zum Mittelpunkt des gesamten Festes, das deutlich mit der Geburt Jesu Christi verbunden war. Anfang des 19. Jahrhunderts wandelte sich Weihnachten schließlich zunehmend zu einem privaten Fest, das stark vom Kindheits- und Gefühlskult des Biedermeier geprägt war.⁶

Während die spirituelle christliche Bedeutung von Weihnachten im deutschsprachigen städtischen Umfeld vor allem durch das Werk des preußischen evangelischen Theologen und Philosophen Friedrich Schleiermacher (1806) popularisiert wurde, verbreitete sich der Brauch des Weihnachtsbaumschmückens maßgeblich durch den Einfluss literarischer Bestseller.⁷ J. W. Goethe veröffentlichte bereits 1774 den Briefroman *Die Leiden des jungen Werther*, und E. T. A. Hoffmann schrieb 1816 das Märchen *Nussknacker und*

⁴ Erik Hobsbawm, „Introduction: Inventing Tradition“, in: Eric Hobsbawm/Terence Ranger, *The Invention of Tradition*, Cambridge [1983] 2012, 1.

⁵ Joe Perry, *Christmas in Germany*, Chapel Hill 2010, 5, 17.

⁶ Bernd Brunner, *Die Erfindung des Weihnachtsbaums*, Berlin 2011, 39.

⁷ Perry 2010 (wie Anm. 5), 18.

Mausekönig. In beiden Büchern finden sich Beschreibungen eines mit Äpfeln, Süßigkeiten und Kerzen geschmückten Weihnachtsbaums, unter dem zahlreiche Geschenke liegen. In ländlichen Gebieten hingegen blieb der private Christbaum bis zum späten 19. Jahrhundert, abgesehen von wohlhabenden Bauernfamilien und Gutsbesitzern, weitgehend unbekannt. Als Folge der militärischen Niederlage gegen Frankreich setzte sich der Brauch des Weihnachtsbaumschmückens nach 1871 auch zunehmend in Deutschland durch. Auf Befehl der preußischen Offiziere, die oft aus dem Adel stammten, wurden die Bäume zu Weihnachten in die Kasernen und Lazarette gebracht, wo viele Soldaten zum ersten Mal in ihrem Leben einen solcherart geschmückten Baum sahen und den Brauch mit nach Hause nahmen. In seinem populären *Goldenen Weihnachtsbuch*, das erstmals 1878 veröffentlicht wurde, untersuchte Hugo Elm den nationalen Aspekt des deutschen Weihnachtsfestes und bezog dabei auch Lieder, Geschichten, Dekorationen, Speisen und Geschenke mit ein.⁸ Im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts waren Weihnachtsbäume in den meisten europäischen Ländern, in Nordamerika und in den deutschen und britischen Kolonien zu einem festen Bestandteil der Familienfeiern geworden. Aber auch in Schulen und Kneipen wurden sie während der Festtage aufgestellt.⁹ Der selbst gebastelte Christbaumschmuck wurde bis zum Ende des 19. Jahrhunderts durch handwerklich und industriell gefertigte Produkte aus Holz, Metall, Glas, Porzellan und anderen Materialien fast vollständig verdrängt – und auch selbst hergestellte Leckereien, die als Baumschmuck gedient hatten, wurden von Süßigkeiten aus professioneller Produktion abgelöst.¹⁰

Abgesehen von der massiven Verbreitung des geschmückten Weihnachtsbaums als universelles Weihnachtssymbol im öffentlichen Raum, in Geschäftsräumen oder Bürogebäuden sowie der Globalisierung und der zunehmenden Kommerzialisierung des Festes haben das 20. und 21. Jahrhundert das bestehende Narrativ des „traditionellen Weihnachtsfestes“ nicht grundlegend verändert. Nach wie vor ist es in erster Linie ein privates Fest, das man im Kreise der Familie und Angehörigen rund um den Weihnachtsbaum verbringt, um sich gegenseitig zu beschenken und Rituale zu pflegen, welche die „wahre Weihnachtsstimmung“ des Friedens, der Ruhe und des menschlichen Miteinanders heraufzubeschwören vermögen.

Glas-Christbaumschmuck 19. Jahrhundert

Der erste Christbaumschmuck aus Glas geht auf die 1840er Jahre zurück. Es handelt sich um versilberte Perlen, die über dem Brenner geblasen wurden, sowie um einzelne Freihand- und Formperlen

⁸ ebd., 16, 38.

⁹ Václav Frolec et al., *Vánoce v české kultuře*, Prag 1989, 88.

¹⁰ Perry 2010
(wie Anm. 5), 144.

mit Korkverschluss.¹¹ Zentrum der Glasherstellung war die Stadt Lauscha im Thüringer Wald, wo seit Ende des 16. Jahrhunderts eine Glashütte bestand. Um die Mitte des 18. Jahrhunderts siedelte sich die Herstellung von geblasenen Perlen in Lauscha und Umgebung an und wurde rasch zur Haupteinnahmequelle der dortigen Glasmacher*innen. Sie konkurrierten vor allem mit den Hersteller*innen im böhmischen Jablonec nad Nisou/Gablonz an der Neiße. Allerdings war dieses Sortiment in Lauscha nur ein Teil der sich rasant entwickelnden Produktion von Zier- und Modeartikeln aus Glas (Glasbijouterie).¹²

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts spezialisierten sich die Glasbläser*innen in Lauscha und Umgebung aufgrund der steigenden Nachfrage des Spielwarenhandels im nahen Sonneberg zunehmend auf gläsernen Christbaumschmuck, der frei oder in Formen geblasen und anschließend auf vielfältige Weise verziert wurde. Für die Herstellung dieses Schmucks besaßen sie ein weltweites Monopol. Die Gehänge wurden in Heimwerkstätten mittels Glasröhren und -röhrchen über dem Brenner freihändig geblasen und geformt. Das erste Motiv war vermutlich ein kleiner Glaspfapfel mit einem Durchmesser von 5 cm.¹³

Um 1860 sind in den Musterbüchern der Sonneberger Kaufleute Ernst und Carl Dressel auf kolorierten Lithografien bereits 28 verschiedene Typen von versilberten und bemalten roten, blauen, silbernen und goldenen Kugeln von 2,5 bis 6 cm Größe mit aus dem Schmuckkörper herausgezogenen Glasschleifen, teilweise mit Korkverschluss mit Draht, dokumentiert. Später kam auch Christbaumschmuck mit wachsgefüllten Verschlüssen, in denen ein Draht befestigt war, mit einer über den Hals gezogenen Messingkappe oder aufgeklebten Metallspangen mit einem zentralen Loch und einem befestigten Draht oder einer Schnur hinzu. Die Entwicklung der Technik zur Herstellung von geblasenem Christbaumschmuck wurde maßgeblich durch die Eröffnung des Gaswerks in Lauscha im Jahre 1867 vorangetrieben. Die neue Technologie ermöglichte u. a. die Herstellung dünnwandiger und variabler Formen.¹⁴

Nachdem Hugo Elm den gläsernen Christbaumschmuck erstmals in seinem populären Weihnachtsbuch erwähnt hatte, begann die 1866 gegründete Handels- und Gewerbekammer Sonneberg diesen 1878 als eigene Produktlinie zu führen.¹⁵ Der Schwerpunkt lag dabei auf Glaskugeln und Nachbildungen von Obst. Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts wurden in Sonneberg zwei Arten von Christbaumschmuck parallel produziert: ein älterer Typ aus massiven Kugeln und ein neuerer Typ aus dünnwandigem Glas in unterschiedlichen Varianten.¹⁶ Bis 1900 kamen dann zahlreiche neue Stücke von in Formen geblasenem Glas-Christbaumschmuck auf den Markt, darunter Singvögel, Tannenzapfen, Waldhörner, Trompeten, Glocken,

¹¹ Angelika Steinmetz-Oppelland, *Der Pfau aus Glas*, Weimar 2016, 24, 81.

¹² Dass dies nicht die einzigen Erzeugungen waren, belegen Hinweise aus der Zeit zwischen den 1840er und 1870er Jahren auf eine regional begrenzte Produktion von gläsernem Christbaumschmuck in Form von Silberkugeln, Perlen und Obstmachbildungen in Nordamerika, vor allem im Zusammenhang mit William DeMuth aus New York, und wahrscheinlich auch im heutigen Polen (1870er Jahre). Robert Brenner, *Christmas Through the Decades*, Atglen 1993, 10, 12; „Christmas Tree Decorations – Christmas Craftsmanship“, 20.12.2023, <https://www.trade.gov/pl/en/news/christmas-tree-decorations-christmas-craftsmanship> [27.2.2025].

¹³ Irmgard Becker/Peter Becker, *Christbaumschmuck: Poesie aus Glas einst und jetzt*, Husum 2013, 109.

¹⁴ Becker/Becker 2013 (wie Anm. 13), 109; Helena Horn, „Gläserner Christbaumschmuck aus Lauscha“, in: Torkild Hinrichsen (Hg.), *Thüringen. „Das gläserne Paradies“*, Hamburg 1996, 34–35; Brenner 1993 (wie Anm. 12), 10, 37.

¹⁵ Hugo Elm, *Das goldene Weihnachtsbuch*, Halle 1878.

¹⁶ Steinmetz-Oppelland 2016 (wie Anm. 11), 24; Perry 2010 (wie Anm. 5), 33; Becker/Becker 2013 (wie Anm. 13), 109.

Pfeifen, Fische, Herzen, Engel, Häuser, Sonnen, Sterne sowie Teekannen und Santa-Claus-Figuren.¹⁷ Neue Erfindungen am Ende des 19. Jahrhunderts waren die Drahhaken zum Aufhängen von Christbaumschmuck (1892) und die Federschließe des heutigen Typs (1893), die bald die früheren Verschlussarten ablöste. Die Federschleife in der Schließe kam 1913 auf den Markt.

Im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts wurde der Markt in den USA, wo üppiger Christbaumschmuck zunehmend in Mode kam und sich zur festen Tradition entwickelte, zu einem wichtigen Absatzgebiet für Hersteller*innen und Händler*innen aus Thüringen. Ebenso trug die Nachfrage im wiedervereinigten Deutschland, das nach einer gemeinsamen nationalen Identität suchte, zur Verbreitung des Schmucks bei. Fester Bestandteil dieser „Deutschen Weihnachten“ waren neben dem Weihnachtsbaum auch der gläserne Christbaumschmuck sowie Spielzeug aus Thüringen.¹⁸ Genau wie andere Dekorationswaren musste auch der gläserne Christbaumschmuck stets an die wechselnden ästhetischen Trends angepasst werden, um über Jahre hinweg eine beständige Nachfrage sicherzustellen. Trotz des stetig steigenden Produktionsvolumens blieb die Produktionsweise unverändert – weiterhin wurden die Waren in kleinen, oft familiengeführten Heimwerkstätten unter intensivem Einsatz von Kinderarbeit hergestellt. Die fertigen Produkte wurden meist von den Frauen zu Fuß zu den Händler*innen nach Sonneberg transportiert.¹⁹

Der größte Verkäufer von deutschem Glas-Christbaumschmuck in den USA war die Firma Woolworth, die sich auf Fünf- und Zehn-Cent-Artikel spezialisiert hatte. Der Amerikaner Frank Winfield Woolworth bestellte erstmals 1880 über einen Zwischenhändler Waren aus Lauscha. Zehn Jahre später reiste er persönlich nach Sonneberg und Lauscha, um die Produktion des gläsernen Christbaumschmucks vor Ort zu besichtigen. Vor allem aber ging es ihm darum, direkte Geschäftskontakte zu knüpfen.²⁰ Da Woolworth den Markt für Glas-Christbaumschmuck in den USA weitgehend beherrschte (zwischen 1885 und 1910 eröffnete er dort 55 Geschäfte), konnte er die Verkaufspreise stabil niedrig halten, die deutschen Hersteller*innen unter Druck setzen und gleichzeitig auf jährliche Neuerungen bauen.²¹

So gewöhnten sich die Amerikaner*innen bald daran, ihren Christbaumschmuck jedes Jahr zu wechseln, was einen kontinuierlichen Konjunkturkreislauf in Gang setzte. Die Zahl der in Sonneberg ansässigen Exporteure von Spielzeug und gläsernem Christbaumschmuck stieg zwischen 1884 und 1908 von 40 auf 80 Firmen. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde mehr als die Hälfte der gesamten Produktion dieser Produktlinie aus Deutschland in die USA verkauft.²²

¹⁷ Horn, in: Hinrichsen 1996 (wie Anm. 14), 36; Brenner 1993 (wie Anm. 12), 37.

¹⁸ Perry 2010 (wie Anm. 5), 144.

¹⁹ Steinmetz-Oppelland 2016 (wie Anm. 11), 28–32.

²⁰ Jody L. Pritzl, *Immigrants, Ornaments and Legacies: A Story of American Made Glass Christmas Tree Ornaments*, o. O. 2019, 66–68.

²¹ Jean Maddern Pitrone, *F. W. Woolworth and the American Five and Dime: A social History*, London 2007.

²² Pritzl 2019 (wie Anm. 20), 69.

Auch gestalterische Besonderheiten wies der amerikanische Markt für gläsernen Christbaumschmuck dieser Zeit auf. Dazu gehörten Santa-Claus-Figuren oder Essiggurken. Obwohl wir das heutige, weltweit bekannte Aussehen von Santa Claus einer Coca-Cola-Werbekampagne von 1931 verdanken, reichen seine Wurzeln viel weiter zurück.

Erste Hälfte des 20. Jahrhunderts

Im Gegensatz zu den Hersteller*innen in Thüringen konzentrierten sich jene in Böhmen weiterhin auf die Erzeugung von geblasenen Perlen. Exporthäuser in Jablonec nad Nisou verschifften seit den 1880er Jahren in Nordböhmen hergestellte versilberte Perlen in verschiedenen Formen, Größen und Dekoren – vor allem nach Indien. Als die japanische Konkurrenz die Führung dieses lukrativen Markts übernahm, brachten Lager voll unverkäuflicher Ware und eine hohe Zahl von Arbeitslosen einige Unternehmer auf die Idee, nicht mehr nur Perlenketten, sondern auch Glas-Christbaumschmuck herzustellen. Daraus entwickelte sich der originelle Perlenschmuck als eine Unterkategorie innerhalb des Gablonzer Christbaumschmucks, der bald auch nach Amerika exportiert wurde und heute bei Sammler*innen auf der ganzen Welt gefragt ist. Als besondere Form entstand in der Gablonzer Region nach 1900 der Christbaumschmuck aus bemaltem Karton, der mit Ballotini dekoriert wurde.²³

Der Erste Weltkrieg traf die Hersteller*innen und Händler*innen von gläsernem Weihnachtsschmuck hart. Bereits vor der amerikanischen Kriegserklärung an Deutschland und Österreich-Ungarn im Frühjahr 1917 war die Nachfrage aus politischen Gründen zurückgegangen. Mit dem Kriegseintritt der USA brach der amerikanische Markt schließlich vollständig weg. Bis zu diesem Zeitpunkt gingen nahezu 95 Prozent der Gesamtproduktion ins Ausland.²⁴

Nach dem verlorenen Weltkrieg stürzte Deutschland in eine schwere Wirtschaftskrise. Zwar erholten sich die lebenswichtigen Aufträge aus den USA schnell wieder und der deutsche Glas-Christbaumschmuck eroberte den dortigen Markt zurück, allerdings – auch bedingt durch die Inflation – zu sehr niedrigen Verkaufspreisen für die amerikanischen Importeure, die davon natürlich profitierten. In den Jahren 1926/27 errichtete Woolworth in Sonneberg unweit des Bahnhofs ein fünfstöckiges Gebäude für den Einkauf und die Lagerung von gläsernem Christbaumschmuck, anderen Dekorationsartikeln und Spielzeug. Auch andere Überseefirmen hatten hier ihre Niederlassungen und Lagerhäuser.²⁵ Die Nachfrage nach in Formen geblasenem Glas-Christbaumschmuck erreichte in den USA zu dieser Zeit ihren Höhepunkt. Ende der 1920er Jahre waren in Übersee bereits 10.000 bis 15.000 verschiedene Motive

²³ Diese wurden von Josef Knobloch, dem wohl größten Jablonecer Hersteller und Exporteur als Neuheit angeboten. In Poniklá im Riesengebirge wurde Christbaumschmuck aus geblasenen Perlen von der Firma S. Horna vertrieben. Waltraud Neuwirth, *Glasperlen-Christbaumschmuck*, Wien 1995; dies., *Glasperlen-Christbaumschmuck aus Böhmen*, Wien 2003; Petr Nový/Dagmar Havlíčková/Waltraud Neuwirth/Ondřej Šíp, *Glas-Christbaumschmuck. Vergangenheit – Gegenwart – Vision. Skleněné vánoční ozdoby. Míminulost – přítomnost – vize. Glass Christmas Tree Ornaments. Past – Present – Vision*, Gablonz 2010, 14, 18, 23.

²⁴ Steinmetz-Oppelland 2016 (wie Anm. 11), 77.

²⁵ N. N., „Christmas made in America“, in: *Scientific American* (121) 16 1919, 393, 398, 402; Steinmetz-Oppelland 2016 (wie Anm. 11), 78.

erhältlich. Nationale Berühmtheiten, Politiker*innen, Comicfiguren und Filmstars wie Mary Pickford oder Charlie Chaplin wurden in das Sortiment aufgenommen. Beliebt waren auch Baseballschläger, Automobile, Luftschiffe und Flugzeuge.²⁶

Gleichzeitig blieben weitere Versuche, einen künstlerisch anspruchsvolleren Glas-Christbaumschmuck zu etablieren, kommerziell erfolglos. Mit ihren transparenten Glasdekorationen konnten sich weder die Werkstätten Bimini in Wien (seit 1923) durchsetzen noch



„Der Christbaum“.
Reproduktion aus der
Publikation *Godey's Lady's
Book*, Philadelphia 1850.

“The Christmas Tree.”
Reproduction from the
publication *Godey's Lady's
Book*, Philadelphia 1850.

Paul Röber (1928), der Direktor der Glasfachschule in Lauscha, die 1923 zur Förderung des technischen und künstlerischen Niveaus der heimischen Glasherstellung gegründet worden war. Auch dem Entwurf von Dagobert Peché für die Wiener Werkstätte (vor 1923) war kein wirtschaftlicher Erfolg beschieden. Eine neu entwickelte, funktional gestaltete Glaskugel mit herausgezogener Glasöse, entworfen vom Produktdesigner und Bauhausschüler Wilhelm Wagenfeld, der 1930 von der thüringischen Landesregierung mit der künstlerischen Beratung der lokalen Hersteller*innen beauftragt wurde, scheiterte ebenfalls aufgrund der Zerbrechlichkeit des Materials.²⁷

Grundsätzlich jedoch blieb die Herstellung von Glas-Christbaumschmuck ein so lukratives Geschäft, dass es nur eine Frage der Zeit war, bis das deutsche Monopol endgültig gebrochen wurde. Bereits

²⁶ Brenner 1993
(wie Anm. 12), 94.

²⁷ Horn, in: Hinrichsen
1996 (wie Anm. 14), 37;
Steinmetz-Oppelland 2016
(wie Anm. 11), 33; Brenner
1993 (wie Anm. 12), 54.

1918 gründete der Hamburger Kaufmannssohn Joseph Eggeling in Traismauer bei Wien die Deutsch-Österreichische Christbaumschmuckfabrik J. Eggeling, deren Produktion von Glas-Christbaumschmuck die gesamte Zwischenkriegszeit über andauert haben dürfte. In den 1920er Jahren beschäftigte das Unternehmen zwischen 20 und 50 Mitarbeiter*innen.²⁸ Nur von kurzer Dauer war der Versuch, 1918 und 1919 in den USA mundgeblasenen Christbaumschmuck herzustellen. Der Anstoß dazu kam von Otto Kohler, einem Glasbläser aus Lauscha, der in Bergen (New Jersey) eine Fabrik betrieb. Als jedoch die Importe aus Deutschland wieder in vollem Umfang aufgenommen wurden und zudem ab 1925 sehr billiger, aber minderwertiger Christbaumschmuck aus Japan in die USA importiert wurde, konnten Kohlers Produkte weder qualitativ noch preislich mithalten.²⁹

In der Nachkriegs-Tschechoslowakei, die nach dem Zerfall der österreichisch-ungarischen Monarchie entstanden war, florierte der Handel mit den USA, und auch in Indien erlebte die Nachfrage nach mundgeblasenen Perlen eine Erholung. Doch als Nordböhmen nach 1925 erneut in eine wirtschaftliche Krise geriet, stieg die Arbeitslosigkeit dramatisch an und die Einkaufspreise sanken auf ein Minimum. Von den 1.800 Glasbläser*innen, die in der Region tätig waren, waren Ende der 1920er Jahre nur noch 250 aktiv.

Dennoch brachten die tschechoslowakischen Unternehmen auf dem Gebiet des gläsernen Christbaumschmucks neue Impulse. 1929 kam eine Neuheit auf den Markt, die sowohl im In- als auch im Ausland großen Erfolg hatte: Christbaumschmuck aus Rocaille-Glasperlen, die um ein Drahtskelett gewickelt sind. Diese wurden von Josef Kupka in Zásada bei Jablonec nad Nisou produziert.³⁰ Bereits 1921 begann der Glasmacher Ludvík Ondra aus Vsetín mit der Herstellung und dem Vertrieb von mundgeblasenem Glas-Christbaumschmuck auf dem tschechoslowakischen Markt. Fünf Jahre später übernahm der Kaufmann Adolf Rozencvajak die florierende Firma, jedoch traf die Weltwirtschaftskrise zu Beginn der 1930er Jahre das aufstrebende Unternehmen hart. 1936 übernahmen dann mehrere kleine Hersteller*innen aus der Region das Erbe der Firma Ondra.³¹

Auf Initiative und mit Unterstützung des Staatlichen Glasinstituts in Hradec Králové /Königgrätz wurde 1931 eine Glasgenossenschaft zur Herstellung von mundgeblasenem Christbaumschmuck in Zdobín gegründet. In dieser Zeit wurden ausgewählte tschechische Glasbläser*innen von einem direkt aus Thüringen herbeigeholten Meister heimlich in der Kunst des Glasblasens ausgebildet. Der Kooperationsbetrieb kennzeichnete seine Produkte mit einem geschützten Markenzeichen in Form eines Weihnachtsbaumes mit einem Kometen. Die exklusiven Verkäufer waren die Firmen

28 Neuwirth 1995 (wie Anm. 23), 9; Julia Erber, „Weihnachtsschmuck: Der Baumbehang aus Traismauer“, 11.12.2014, https://www.meinbezirk.at/herzogenburgtraismauer/c-lokales/weihnachtsschmuck-der-baumbehang-aus-traismauer_a1174753 [24.2.2025].

29 Brenner 1993 (wie Anm. 12), 70, 96; „Christmas made in America“ 1919 (wie Anm. 25), 393, 398, 402.

30 Gemeinde Zásada, Josef Palla (Hg.), „Vývoj sklářského průmyslu v Zásadě“, *Kronika městyse Zásady*, o. J., 540–541.

31 Karel Schedlbauer, „Vývoj výroby skleněných vánočních ozdob ve Vsetíně“, in: *Válášsko* 12 1968, 61–62.

F. Viktorin & Co. aus Hradec Králové und A. Wenke & Sohn aus Jaroměř, die ursprünglich deutsche Weihnachtsartikel importiert hatten. Um sich künstlerisch von den deutschen Vorbildern abzuheben, veranstaltete das Glasinstitut mehrere Kunstwettbewerbe und arbeitete eng mit dem Maler und Pädagogen Karel Štěrba zusammen. Diese positive Entwicklung führte dazu, dass bereits Anfang der 1930er Jahre im benachbarten Bílá Třemešná Konkurrenz für die Genossenschaft entstand. Die dort gegründete Firma Václav Berger konnte sich sowohl auf dem inländischen als auch auf dem internationalen Markt behaupten.³²

Knapp drei Jahre nach der Aufnahme der Produktion in Zdobín wurden 1934 erstmals 5,2 Tonnen Christbaumschmuck im Wert von 63.000 Tschechischen Kronen aus der Tschechoslowakei exportiert; 1937 stieg der Export bereits auf 157 Tonnen im Wert von 2,7 Millionen Kronen. Hauptabnehmer waren die USA, die Schweiz, Litauen sowie Frankreich. Etwa die Hälfte der Produktion war für den heimischen Markt bestimmt. Hinter diesem rasanten Aufschwung standen nicht nur die erfolgreichen Präsentationen auf den Weltausstellungen in Brüssel (1935) und Paris (1937), wo die Firma in Zdobín mit dem Grand Prix ausgezeichnet wurde, und die künstlerische Originalität der tschechischen Muster, die im Vergleich zur thüringischen Konkurrenz auch in der renommierten deutschen Zeitschrift *Spektrum* gewürdigt wurde, sondern auch – und vielleicht vor allem – die politische Situation.³³ Die Zurückhaltung beim Erwerb deutscher Produkte seitens der USA infolge des Erlasses der „Nürnberger Gesetze“ (1935) trug wesentlich zur Steigerung des Exportvolumens und des Exportwertes der tschechischen Zdobíner Firma bei und machte die Produkte aus Lauscha in Übersee praktisch unverkäuflich. Bald stellten sowohl Woolworth als auch der amerikanische Billiggroßhändler Sears den Bezug ein.³⁴

Die neue Konkurrenz entwickelte sich inzwischen auch in Polen, wo Jozef Modenski 1930 in Krakau mit der Herstellung von hochqualitativem mundgeblasenem Christbaumschmuck begann. Dieser kam 1934 auf den amerikanischen Markt. Bis Ende der 1930er Jahre deckten die USA 99 Prozent ihres Bedarfs durch Importe – 50 bis 80 Millionen Stück Glas-Christbaumschmuck pro Jahr.³⁵ Während des Zweiten Weltkriegs stellte das Dritte Reich 1943 die Produktion von gläsernem Christbaumschmuck in Thüringen ein. Der Bedarf an anderen Gütern war zu groß.³⁶

Zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts

Nach dem Zweiten Weltkrieg und der Teilung Deutschlands in West und Ost wurde Thüringen 1949 Teil der Deutschen Demokratischen Republik, die aus der sowjetischen Besatzungszone

³² Waltraud Neuwirth, *Glas Christbaumschmuck. Glass Christmas Tree Ornaments – Made in Austria, Czechoslovakia*. Wien, 2000, 59–64; Nový/Havlíčková/Neuwirth/Šíp 2010 (wie Anm. 23), 15, 19, 24.

³³ Nový/Havlíčková/Neuwirth/Šíp 2010 (wie Anm. 23), 15, 19–20, 24–25.

³⁴ Pritzl 2019 (wie Anm. 20), 126.

³⁵ Brenner 1993 (wie Anm. 12), 114, 147.

³⁶ Steinmetz-Oppelland 2016 (wie Anm. 11), 33.

hervorging. Die ursprüngliche Produktions- und Handelsbasis wandelte sich allmählich im Sinne der sozialistischen Planwirtschaft (Zentralverwaltungswirtschaft), wodurch 1972 die Betriebe verstaatlicht und die Branche in einem „Volkseigenen Betrieb“, dem VEB Thüringer Glasschmuck Lauscha, zusammengefasst wurde. Neben der Handfertigung wurde nun auch zunehmend maschinell produziert, wodurch sich das Produktionsvolumen stetig erhöhte, und zahlreiche Heimwerkstätten wurden durch moderne Fabriken ersetzt. Der Export wurde von der Firma DEMUSA in Sonneberg übernommen. Während die Produktionsmengen wuchsen, sanken die Verkaufspreise, was für die subventionierte sozialistische Wirtschaft jedoch gut zu verkraften war. Unverkaufte Überschüsse, die im Westen nicht abgesetzt werden konnten, landeten auf dem Binnenmarkt oder in den Ostblockstaaten.³⁷

Neue Konkurrenz für die Lauschaer Hersteller*innen entstand in den 1950er Jahren in der benachbarten Bundesrepublik Deutschland, und zwar in den bayerischen Nachbarstädten Neustadt bei Coburg und Coburg, wohin einige Lauschaer Unternehmer ausgewandert waren. Dazu gehörten der Glasbläser Fritz Rempel (später Oberfränkische Glas & Design GmbH, seit 2018 Weihnachtsland GmbH), der nach und nach 20 Familien mitbrachte, und Heinz Müller-Blech (Inge-Glas).³⁸ Diese und andere westdeutsche Firmen lieferten weiter in die USA, wo jedoch nach dem Weltkrieg die Nachfrage nach handgefertigtem Glas-Christbaumschmuck wegen der einheimischen Konkurrenz aus automatisierter Produktion zurückgegangen war. Eine deutliche Belebung brachten erst die 1980er Jahre, als sich rund um „Omas Christbaumschmuck“ ein nostalgischer Retro-Trend entwickelte. In den USA entstand dadurch eine große Sammler*innengemeinde. Wesentlichen Anteil daran hatte auch die unternehmerische Strategie des Importeurs Christopher Radko, der gezielt auf Qualität und Exklusivität setzte. Die Produkte dieses Marktsegments wurden zu deutlich höheren Preisen verkauft als das reguläre Sortiment.³⁹

Nach der Wiedervereinigung Deutschlands im Herbst 1990 gehörten ost- und westdeutsche Unternehmen demselben Staat an. Für Lauscha bedeutete dies eine einschneidende Veränderung. Der VEB Thüringer Glasschmuck wurde in fünf Teile aufgespalten, der größte davon, mit rund 1.300 Beschäftigten, ging an die bayerische Firma Krebs, die bereits Produktionsstandorte in Rosenheim und im US-amerikanischen Roswell (New Mexico) unterhielt. Im Herbst 1991 wurde die bis heute existierende Krebs Glas Lauscha GmbH gegründet.⁴⁰

Noch bevor die Kommunisten 1948 die Macht in der Tschechoslowakei übernommen hatten und das private Unternehmertum vollständig abgeschafft hatten, war es zu einer Welle von Verstaatlichungen

37 ebd., 34–35.

38 ebd., 35–36.

39 ebd., 78–79.

40 ebd., 36–38.

deutscher und deutsch-böhmischer Betriebe gekommen. Die Hersteller*innen von geblasenen Perlen wurden in den Staatsbetrieb Skleněná bižuterie in Jablonec nad Nisou und später in den Staatsbetrieb Železnobrodské sklo in Železný Brod eingegliedert. Den staatlich kontrollierten Export mit Monopolstellung von Glas-Christbaumschmuck aller Art aus der Tschechoslowakei übernahm die 1952 gegründete staatliche Aktiengesellschaft Jablonex in Jablonec nad Nisou.⁴¹

Die Herstellung von geblasenem Christbaumschmuck setzte die Glasgenossenschaft in Zdobín fort. Sie wurde 1950 verstaatlicht und 1965 in Vánoční ozdoby, družstvo umělecké výroby („Christbaumschmuck, Genossenschaft für künstlerische Produktion“) mit Sitz in Dvůr Králové nad Labem umbenannt. Während der gesamten sozialistischen Periode entfiel mehr als die Hälfte der tschechoslowakischen Produktion auf diesen Betrieb. Den Rest teilten sich in den 1950er Jahren neu gegründete tschechische und slowakische Produktionsgenossenschaften (Irisa, Slezská tvorba, Okrasa, Gemer). In den 1960er Jahren exportierte die Tschechoslowakei jährlich Glas-Christbaumschmuck im Wert von 20 Millionen Kronen in mehr als 40 Länder. Hauptmärkte waren jahrelang die USA, Großbritannien, die Niederlande, Belgien, Frankreich, Italien und die Bundesrepublik Deutschland.⁴² Die Kollektionen erhielten auch Preise auf internationalen Ausstellungen, 1958 sogar den Grand Prix auf der EXPO in Brüssel.

Mit dem Ende des kommunistischen Regimes in der Tschechoslowakei wurde auch das System der Zentralverwaltungswirtschaft Ende 1989 abgeschafft. 1992 wurde das Exportmonopol von Jablonex durch die Jablonecer Firma Ornex abgelöst, mit der alle Produktionsgenossenschaften zusammenarbeiteten. Jablonex begann daraufhin, mit eigenem handgefertigtem Christbaumschmuck zu handeln, der ab 1993 in einem neu errichteten Betrieb in Jablonec – dem damals modernsten in Mitteleuropa – hergestellt wurde. Zahlreiche weitere Unternehmen wurden gegründet, darunter etwa die Produktionsfirma GOJA in Jablonec nad Nisou. Von 1991 bis 1995 produzierte die Firma Astir in Jablonec (mit einer Zweigstelle in Lučany nad Nisou; ab 1995 Rautis) gläsernen Baumschmuck aus geblasenen Perlen. Im Jahre 1991 begann auch die Firma HAN in Jičín (ab 2020 HAN Design) mit der Produktion von Glas-Christbaumschmuck. Aus dem vormals volkseigenen Betrieb von Václav Berger ging 1995 die Firma OZDOBA CZ in Miletín hervor.⁴³

Gegenwart

Seit den 1990er Jahren hat sich die Zahl der Hersteller*innen von Glas-Christbaumschmuck in Deutschland drastisch reduziert. Selbst

⁴¹ Pritzl 2019 (wie Anm. 20), 158–162, 175.

⁴² Nový/Havlíčková/Neuwirth/Šíp 2010 (wie Anm. 23), 16–17, 70–71, 76.

⁴³ ebd., 17, 71–72, 77.

größere Betriebe arbeiten heute meist als Fabriken mit starker Exportorientierung. Insgesamt sind hier etwa 20 Betriebe mit zwei bis 100 Mitarbeiter*innen einschließlich saisonaler Heimarbeit in der Branche tätig. Die größten Unternehmen sind Krebs, Inge-Glas und Weihnachtsland GmbH. Hauptabsatzmärkte sind nach wie vor die USA, die Niederlande, Skandinavien und – bis zum Krieg in der Ukraine im Jahr 2022 – die Russische Föderation. Allerdings hat sich die Marktsituation in den USA in den vergangenen Jahren dramatisch verändert: Viele amerikanische Kund*innen wandten sich von ihren traditionellen Lieferant*innen ab und bezogen Glas-Christbaumschmuck und Dekorationen aus anderen Ländern. Dabei wurden vor allem aus China günstige Produkte erworben, während sich Polen mit ästhetisch vielfältigen, handwerklich hochwertigen und teuren Luxusprodukten auf dem internationalen Markt behaupten konnte.

Deutsche und tschechische Klein- und Mittelbetriebe mussten sich daher verstärkt dem Direktverkauf, z. B. auf Weihnachtsmärkten, zuwenden. Sie müssen auf die Wünsche der Kund*innen eingehen – auch auf individuelle Wünsche und Sammler*innen. Hochwertige Handarbeit resultiert in teureren Produkten, was den Käufer*innen erklärt werden muss. Deutsche Hersteller*innen setzen daher auf den Slogan: „Traditionelles regionales Handwerk.“ Im Zuge der Kampagne „Buy Local“ ist auch die Marke Lauschaer Glaskunst entstanden.⁴⁴

Die Hauptmärkte für gläsernen Christbaumschmuck aus Tschechien blieben auch nach 1989 die USA, die Niederlande, Belgien, die Schweiz, Großbritannien, Deutschland und Kanada. Der Höhepunkt der Konjunktur für die tschechischen Hersteller*innen war das Jahr 2001, heute ist die Nachfrage auf dem Weltmarkt deutlich geringer. Jablonex (seit 2005 Teil der Jablonex Group) reagierte auf die veränderte Situation drastisch mit der schrittweisen Einstellung der Produktion von mundgeblasenem Glas-Christbaumschmuck (2006) und später auch des Exports (2007). Die umfangreiche Musterkollektion der Firma mit exklusiven Produkten wurde dem Museum für Glas und Bijouterie in Jablonec nad Nisou geschenkt. Sie bildet den Grundstock für die Dauerausstellung *Welt der Wunder*, die 2022 der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurde.

Christbaumschmuck aus Glasperlen wird weltweit nur noch von der Firma Rautis in Poniklá hergestellt. Dieser Firma ist es zu verdanken, dass dieses Handwerk im Jahr 2020 in die Repräsentative Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit der UNESCO aufgenommen wurde. Das Museum für Glas und Bijouterie in Jablonec nad Nisou war auch an der erfolgreichen Nominierung der Glasproduktion, einschließlich der Herstellung von Glas-Christbaumschmuck, für die gleiche Liste im Jahr 2023 beteiligt. Es handelt

⁴⁴ Steinmetz-Oppelland
2016 (wie Anm. 11), 41–44.

sich um ein gemeinsames Projekt von sechs Ländern – Tschechien, Finnland, Frankreich, Ungarn, Deutschland und Spanien. Dieser prestigeträchtige Status gilt damit nicht nur für tschechischen, sondern auch für deutschen Christbaumschmuck.⁴⁵

Fazit

Die Geschichte der Herstellung von Glas-Christbaumschmuck sowie die Geschichte des Weihnachtsbaumschmückens sind ein bemerkenswerter und integraler Bestandteil unserer Kulturgeschichte. Ohne sie würde Weihnachten, wie wir es kennen, etwas von seiner Magie verlieren. Handgefertigter Glas-Christbaumschmuck ist auf dem europäischen und amerikanischen Markt daher noch immer ein gefragter Artikel, auch wenn es sich dabei mittlerweile in erster Linie um ein Luxusprodukt handelt. Handwerkliche und künstlerische Höchstleistungen und unternehmerischer Erfindungsreichtum machen es möglich, dass traditionelle Betriebe aus Tschechien und Deutschland in diesem hart umkämpften Markt nach wie vor erfolgreich sind.

⁴⁵ „Knowledge, craft and skills of handmade glass production“, <https://ich.unesco.org/en/RL/knowledge-craft-and-skills-of-handmade-glass-production-01961> [1.3.2025].

Der Text entstand im Rahmen der institutionellen Unterstützung, die das tschechische Ministerium für Kultur dem Museum für Glas und Bijouterie in Jablonec nad Nisou zur langfristigen konzeptionellen Entwicklung der dortigen Forschungsorganisation gewährt.

Introduction

The enormous popularity of Christmas might lead one to believe that researchers would be similarly interested in the topic. In truth, however, this is not the case. While there are numerous popular science books that identify and describe social customs and rituals based on ethnographic findings, academic studies on the modern and cultural history of the holiday are quite rare.¹

Much the same can be said of glass Christmas tree ornaments and indeed Christmas decorations in general. In the mid-1990s the renowned art historian Waltraud Neuwirth, a curator at the MAK – Museum of Applied Arts in Vienna for many years, became the first to research the subject. It is thanks to her pioneering research that relevant information about Bohemian (Czechoslovakian) and Austrian mouth-blown glass Christmas tree ornaments was compiled and published.² Her efforts sparked an array of publications, primarily in the German-speaking world and in Czechia, but also in the USA.³

Researching the historical origins of the Christmas holiday and of glass Christmas tree ornaments is just as exciting as the anticipation as you open the door to see the festively decorated Christmas tree and the presents waiting below. And it is a history with many secrets yet to be unwrapped.

The History of Christmas Trees and Their Ornaments

Nowadays Christmas is celebrated in much the same way across broad swaths of the world: At its heart is the family, gathered around a festively decorated Christmas tree, with presents—mainly for the children—lying underneath. Many people believe this custom to be ancient, but in fact it is much younger than one might expect. Although the cult of trees was firmly established in many old cultures and religions, just like celebrating the solstice and later the birth of Christ, it was only in the 19th century that the trinity of “private decorated Christmas tree—family—gifts” became the norm. As such, the modern Christmas festival can be described as an “invented tradition” in the words of the British historian Eric Hobsbawm—as a series of practices aligned with accepted rituals

¹ See the publications from the United Kingdom, Germany, and Czechia listed in the bibliography on pp. 90/91, as well as the contemporary studies on Christmas trees and their decorations.

² See the list of her publications in the bibliography on pp. 90/91.

³ The topic was later developed further by Irmgard and Peter Becker (2013), as well as Angelika Steinmetz-Oppelland (2016), with historical texts and advertisements being combined. In the USA Robert Brenner (1985, 1986, 1995, 2002) and Jody L. Pritzl (2016, 2022) have published foundational works on glass Christmas tree ornaments and the development of the market, primarily from the perspective of collectors. In the Czech Republic, Petr Nový (2010) and Barbora Kulhová (2018), coproprietor of Rautis, have studied glass Christmas tree decorations and Christmas tree decorations from Jablonec nad Nisou.

or symbolic rules that convey certain values and behavioral norms through repetition. This implies historical continuity.⁴ The US historian Joe Perry describes the modern form of the holiday as the product of an enlightened, middle-class, mainly Protestant milieu that attached great importance to familial intimacy.⁵

In wealthy and privileged German-speaking families throughout Europe, the Christmas tree became the unequivocal center of the entire festival—which was explicitly connected to the birth of Jesus Christ—from the middle of the 18th century. Then in the early 19th century Christmas increasingly mutated into a private festivity strongly influenced by the Biedermeier cult of the child and culture of sensibility.⁶

Whereas the spiritual Christian meaning of Christmas was popularized in German-speaking urban areas above all by the work of the Prussian Protestant theologist and philosopher Friedrich Schleiermacher (1806), literary bestsellers were instrumental in the spread of the custom of decorating a Christmas tree.⁷ J. W. Goethe published his epistolary novel *The Sorrows of Young Werther* as early as 1774, and E. T. A. Hoffmann wrote the fairy tale *The Nutcracker and the Mouse King* in 1816. Both books contain descriptions of a Christmas tree decorated with apples, candies, and candles with numerous gifts lying underneath. In rural areas, by contrast, private Christmas trees remained largely unknown to anyone but wealthy farming families and landowners until the late 19th century. As a consequence of its military defeat at the hands of France, the custom of decorating a Christmas tree became more and more prevalent in Germany after 1871. On the orders of Prussian officers, many of whom were members of the nobility, trees were brought into the barracks and field hospitals at Christmastime, where countless soldiers saw such a decorated tree for the first time in their lives and went on to take the custom back home. In his popular *Goldenes Weihnachtsbuch*, which was first published in 1878, Hugo Elm analyzed the national aspect of the German Christmas holiday and included songs, stories, decorations, dishes, and gifts.⁸ By the last third of the 19th century, Christmas trees had become a permanent feature of familial celebrations in most European countries, in North America, and in the German and British colonies. They were even erected in schools and pubs during the holidays.⁹ By the end of the 19th century, homemade Christmas tree ornaments had been replaced almost entirely by handcrafted and factory-made products out of wood, metal, glass, porcelain, and other materials—and even the home-baked treats that had been used as tree decorations had been replaced by professionally produced candies.¹⁰

Besides the massive spread of decorated trees as a universal symbol of Christmas in public spaces, shops, and office buildings,

⁴ Erik Hobsbawm, “Introduction: Inventing Tradition,” in: Eric Hobsbawm/Terence Ranger, *The Invention of Tradition*, Cambridge 1983 (2018), 1.

⁵ Joe Perry, *Christmas in Germany*, Chapel Hill 2010, 5, 17.

⁶ Bernd Brunner, *Die Erfindung des Weihnachtsbaums*, Berlin 2011, 39.

⁷ Perry 2010 (see note 5), 18.

⁸ Ibid., 16, 38.

⁹ Václav Frolec et al., *Vánoce v české kultuře*, Prague 1989, 88.

¹⁰ Perry 2010 (see note 5), 144.

as well as the globalization and increasing commercialization of the holiday, the existing narrative surrounding the “traditional Christmas festival” underwent no fundamental change in the 20th and 21st centuries. It remains a primarily private festivity celebrated around the tree with family members that involves mutual gift-giving and the upholding of rituals intended to evoke the “true Christmas spirit” of peace, calm, and community.

Glass Christmas Tree Ornaments 19th Century

The first glass Christmas tree ornament dates back to the 1840s. It was made of silvered beads blown over a blowtorch, as well as individual freehand and shaped beads with a cork fastener.¹¹ The heart of glass production at the time was the town of Lauscha in the Thuringian Forest in Germany, home to a glassworks since the late 16th century. Around the mid-18th century the manufacture of blown beads was also centered in Lauscha and its surrounding area and quickly became the main source of income for the region’s glassmakers. Their main competition was in Gablonz an der Neisse / Jablonec nad Nisou in Bohemia. However, the range coming out of Lauscha was but part of the rapidly developing production of decorative and fashion accessories made of glass (glass costume jewelry).¹²

In the second half of the 19th century, the glassblowers in Lauscha and its surrounding area increasingly came to specialize in glass Christmas tree ornaments due to the growing demand from the toy trade in the nearby town of Sonneberg. The area had a global monopoly on the production of such decorations. These hanging ornaments were blown freehand or in molds and then embellished in various ways; others were blown and molded freehand over blowtorches in homework using glass tubes of different sizes. The first ornament was probably a small glass apple with a diameter of 5 cm.¹³

By around 1860 the sample books of the Sonneberg merchants Ernst and Carl Dressel documented in colorized lithographs 28 different types of silvered and painted red, blue, silver, and gold baubles measuring 2.5 to 6 cm with glass loops drawn from the body of the ornament, partly with cork stoppers containing wire. These were later joined by Christmas tree ornaments with wax-filled necks in which a wire was affixed, with a brass cap fixed over the neck, or with metal clasps stuck to them featuring a central hole and an inserted wire or string. The development of the technique used to manufacture blown Christmas tree ornaments was advanced significantly by the opening of the gasworks in Lauscha in 1867. This new technology made the production of e.g., thin-walled and variable forms possible.¹⁴

¹¹ Angelika Steinmetz-Oppelland, *Der Pfau aus Glas*, Weimar 2016, 24, 81.

¹² That these were not the only products is proven by clues from the period between the 1840s and 1870s regarding a regional production of glass Christmas tree ornaments in the form of silver baubles, beads, and imitation fruit in North America, primarily in connection with William DeMuth from New York, and probably also in modern-day Poland (1870s). Robert Brenner, *Christmas Through the Decades*, Atglen/PA 1993, 10, 12; “Christmas Tree Decorations—Christmas Craftsmanship,” 20.12.2023, <https://www.trade.gov.pl/en/news/christmas-tree-decorations-christmas-craftsmanship> [27.2.2025].

¹³ Irmgard Becker/Peter Becker, *Christbaumschmuck: Poesie aus Glas einst und jetzt*, Husum 2013, 109.

¹⁴ Becker/Becker 2013 (see note 13), 109; Helena Horn, “Gläserner Christbaumschmuck aus Lauscha,” in: Torkild Hinrichsen (ed.), *Thüringen. „Das gläserne Paradies“*, Hamburg 1996, 34–35; Brenner 1993 (see note 12), 10, 37.

In 1878, the same year that Hugo Elm had become the first to mention glass Christmas tree ornaments in his popular Christmas book, the Sonneberg chamber of trade (founded in 1866) started carrying them as a separate product line.¹⁵ The focus was on glass baubles and imitation fruit. Until the late 19th century two types of Christmas tree ornaments were produced in parallel in Sonneberg: an older type comprising solid baubles and a newer type made of thin-walled glass in a range of variants.¹⁶ By 1900 numerous new mold-blown glass Christmas tree decorations had come on the market, including songbirds, fir cones, bugles, trumpets, bells, pipes, fish, hearts, angels, houses, suns, stars, teapots, and Santa Claus figures.¹⁷ New inventions to come out of the late 19th century were wire hooks with which to hang up Christmas tree ornaments (1892) and the modern-style spring hook on the ornament itself (1893) that soon superseded earlier types of fixture. Spring loops in the clasp came on the market in 1913.



Tschechoslowakischer Christbaumschmuck auf der Weltausstellung in Paris. Reproduktion aus der Studie Václav Čtyrský. *Sklo na světové výstavě v Paříži, Sklářské rozhledy XIV*, 1937, Nr. 8.

Czechoslovak Christmas tree decorations at the World's Fair in Paris. Reproduction from the study Václav Čtyrský. *Sklo na světové výstavě v Paříži, Sklářské rozhledy XIV*, 1937, no. 8.

In the last third of the 19th century, the market in the USA, where lavish Christmas tree decorations were becoming ever-more fashionable and an established tradition, developed into an important outlet for manufacturers and merchants from Thuringia. Similarly, the search for a shared national identity in reunified Germany contributed to the demand and spread of such ornaments. In addition to the Christmas tree itself, an essential feature of this “German

¹⁵ Hugo Elm, *Das goldene Weihnachtsbuch*, Halle 1878.

¹⁶ Steinmetz-Oppelland 2016 (see note 11), 24; Perry 2010 (see note 5), 33; Becker/Becker 2013 (see note 13), 109.

¹⁷ Horn in Hinrichsen 1996 (see note 14), 36; Brenner 1993 (see note 12), 37.

Christmas celebration” were glass Christmas tree ornaments and toys from Thuringia.¹⁸ Just like other decorative wares, the glass Christmas tree ornaments kept having to be adapted to changing aesthetic trends to ensure constant demand from year to year. Despite the steadily growing production volume, the mode of production remained unchanged—the wares continued to be made in small, often family-run cottage industry that involved the intensive use of child labor. In most cases, the women of the family would transport the finished products to the merchants in Sonneberg by foot.¹⁹

The largest retailer of German glass Christmas tree ornaments in the USA was the Woolworth company that specialized in five- and ten-cent articles. An American, Frank Winfield Woolworth first ordered wares from Lauscha in 1880 via a middleman. A decade later, he traveled to Sonneberg and Lauscha in person to see the production of glass Christmas tree ornaments on-site. However, the main reason for his visit was to establish direct business contacts.²⁰ As Woolworth by and large controlled the market for glass Christmas tree ornaments in the USA (between 1885 and 1910 he opened 55 shops there), he could keep the low retail prices stable, exert pressure on the German manufacturers, and simultaneously insist on new designs each year.²¹

Americans thus soon became used to updating their Christmas tree decorations every year, which set in motion a never-ending economic cycle. Between 1884 and 1908 the number of exporters of toys and glass Christmas tree ornaments based in Sonneberg grew from 40 to 80 companies. At the beginning of the 20th century, over half the output of this entire product line in Germany was sold to the USA.²²

There were also designs specific to the North American market at this time. They include Santa Claus figures or pickled gherkins. Although Santa Claus’s modern-day appearance that is familiar all over the world is thanks to an advertising campaign by Coca Cola in 1931, its roots go back much further.

First Half of the 20th Century

Unlike the producers in Thuringia, those in Bohemia continued to focus on manufacturing blown beads. Since the 1880s export companies in Jablonec nad Nisou had been shipping North Bohemian silvered beads of various shapes, sizes, and decorations—mainly to India. When the Japanese competition took the lead over this lucrative market, whole warehouses full of unsalable goods and a high number of unemployed people inspired some entrepreneurs to produce not the chains of beads themselves, but glass Christmas tree ornaments made from those beads. That resulted in original

¹⁸ Perry 2010 (see note 5), 144.

¹⁹ Steinmetz-Oppelland 2016 (see note 11), 28–32.

²⁰ Jody L. Pritzl, *Immigrants, Ornaments and Legacies: A Story of American Made Glass Christmas Tree Ornaments*, 2019, 66–68.

²¹ Jean Maddern Pitrone, *FW.Woolworth and the American Five and Dime: A Social History*, London 2007.

²² Pritzl 2019 (see note 20), 69.

beaded ornaments creating a subcategory of Gablonz Christmas tree decorations that was soon exported to North America and is now sought after by collectors all over the world. A unique form that emerged in the region around Jablonec nad Nisou after 1900 is Christmas tree ornaments made of painted cardboard and decorated with Ballotini (micro glass balls).²³

World War I devastated both the manufacturers and merchants of glass Christmas ornaments. Even before the USA declared war on Germany and Austria-Hungary in spring 1917, demand had declined for political reasons. When the USA then joined the war, the American market completely collapsed. Prior to that point, almost 95 percent of total output had been sold abroad.²⁴

Having lost the war, Germany fell into a severe economic crisis. Although the vital commissions from the USA soon returned and glass Christmas tree ornaments from Germany recaptured the American market, far too low prices—partially attributable to inflation—were charged to the US importers, who naturally profited from the imbalance. In the years 1926/1927 Woolworth constructed a five-story building near the train station in Sonneberg for the purchase and storage of glass Christmas tree ornaments, other decorative articles, and toys. Other foreign companies also had branches and storage units there.²⁵ The demand for mold-blown glass Christmas tree ornaments reached its peak in the USA at this time. In the late 1920s 10,000 to 15,000 different motifs were available overseas. National celebrities, politicians, comic characters, and film stars like Mary Pickford and Charlie Chaplin were added to the product range. Baseball bats, cars, airships, and airplanes were also popular.²⁶

At the same time attempts to establish more artistically sophisticated glass Christmas tree ornaments proved a commercial failure. Neither the Bimini workshops in Vienna (since 1923) nor Paul Röber (1928), the director of the specialized glass school in Lauscha that had been founded in 1923 to improve the technical and artistic level of domestic glass production, were successful with their transparent glass decorations. Even Dagobert Peché's design for the Wiener Werkstätte (before 1923) met with no commercial success. A newly developed, functionally designed glass bauble with a drawn-out glass eyelet conceived by the product designer and Bauhaus student Wilhelm Wagenfeld, who was commissioned by the Thuringian state government in 1930 to work as an artistic consultant with local producers, likewise failed on account of the fragility of the material.²⁷

In general, however, the manufacture of glass Christmas tree ornaments remained such a lucrative business that it was only a question of time before Germany would lose its monopoly. As early

23 These were offered as a novelty by Josef Knobloch, probably the largest Jablonec manufacturer and exporter of glass Christmas tree ornaments. In Poniklá in the Giant Mountains, Gablonz Christmas tree decorations were made by the S. Horna company. Waltraud Neuwirth, *Glass Bead Christmas Tree Ornaments*, trans. Ann Dubsky, Vienna 1995; id., *Glasperlen-Christbaumschmuck aus Böhmen*, Vienna 2003;

Petr Nový/Dagmar Havlíčková/Waltraud Neuwirth/Ondřej Šíp, Jablonec 2010, 14, 18, 23.

24 Steinmetz-Oppelland 2016 (see note 11), 77.

25 "Christmas made in America," in: *Scientific American* (121) 16 1919, 393, 398, 402; Steinmetz-Oppelland 2016 (see note 11), 78.

26 Brenner 1993 (see note 12), 94.

27 Horn in Hinrichsen 1996 (see note 14), 37; Steinmetz-Oppelland 2016 (see note 11), 33; Brenner 1993 (see note 12), 54.

as 1918 Joseph Eggeling, a merchant's son from Hamburg, founded the Deutsch-Österreichische Christbaumschmuckfabrik J. Eggeling ("J. Eggeling's German Austrian Christmas Tree Ornament Factory") in Traismauer near Vienna, whose production of glass Christmas tree ornaments appears to have lasted for the entire interwar period. In the 1920s the company employed between 20 and 50 people.²⁸ By contrast, the attempt in 1918 and 1919 to produce mouth-blown Christmas tree ornaments in the USA was only short-lived. It had been the brainchild of Otto Kohler, a glassblower from Lauscha who ran a factory in Bergen (New Jersey). Once the imports from Germany resumed at full capacity, Kohler's products were no match, in terms of neither quality nor price. Since 1925, very cheap but lower-quality glass Christmas ornaments from Japan were also imported to the USA.²⁹

In postwar Czechoslovakia, which had been formed after the collapse of the Austro-Hungarian monarchy, trade with the USA flourished, and in India, too, the demand for mouth-blown beads returned. But when North Bohemia found itself in yet another economic crisis after 1925, unemployment rose dramatically and purchase prices sank to a minimum. Of the 1,800 glassblowers based in the region, only 250 were still in work by the late 1920s.

Nevertheless, Czechoslovakian companies still generated new impulses in the field of glass Christmas tree ornaments. In 1929 they released a novelty that proved enormously popular both at home and abroad: Christmas tree ornaments made of rocaille glass beads on threads wound around a wire framework. They were produced by Josef Kupka in Zásada near Jablonec nad Nisou.³⁰ As early as 1921 the glassmaker Ludvík Ondra from Vsetín started producing and selling mouth-blown glass Christmas tree ornaments on the Czechoslovakian market. The merchant Adolf Rozencvajak took over the flourishing company five years later, but the Great Depression hit the emergent company hard in the early 1930s. Several small manufacturers from the region took over the legacy of the Ondra company in 1936.³¹

On the initiative and with the support of the State Glass Institute in Hradec Králové/Königgrätz, a glass cooperative for the production of mouth-blown Christmas tree ornaments was established in Zdobín in 1931. At this time a selection of Czechoslovakian glassblowers were secretly being trained in the art of glassblowing by a master who had been brought over from Thuringia. The cooperative company branded its products with a registered trademark in the form of a Christmas tree with a comet. The exclusive retailers of its wares were the companies F. Viktorin & Co. from Hradec Králové and A. Wenke & Sohn from Jaroměř, which had both originally imported German Christmas decorations. In order to set itself

28 Neuwirth 1995 (see note 23), 9; Julia Erber, "Weihnachtsschmuck: Der Baumbehang aus Traismauer," 11.12.2014, https://www.meinbezirk.at/herzogenburgtraismauer/c-lokales/weihnachtsschmuck-der-baumbehang-aus-traismauer_a1174753 [24.2.2025].

29 Brenner 1993 (see note 12), 70, 96; "Christmas made in America" 1919 (see note 25), 393, 398, 402.

30 Gemeinde Zásada, Josef Palla (eds.), "Vývoj sklářského průmyslu v Zásadě," *Kronika městyse Zásady*, n.d., 540–541.

31 Karel Schedlbauer, "Vývoj výroby skleněných vánočních ozdob ve Vsetíně," *Válasko* 12 1968, 61–62.

apart from its German forerunners artistically, the Glass Institute organized several art competitions and worked closely with the painter and teacher Karel Štěrba. This positive development led to competition developing for the cooperative in the neighboring municipality of Bílá Třemešná by the early 1930s. Václav Berger, a company founded there, was able to prevail on both the domestic and the international market.³²

In 1934, almost three years after production began at the glass cooperative in Zdobín, 5.2 tons of Christmas tree ornaments worth 63,000 Czechoslovak koruna were exported from Czechoslovakia for the first time; by 1937 the number of exports had grown to 157 tons worth 2.7 million koruna. The main buyers were the USA, Switzerland, Lithuania, and France. Roughly half of the products were intended for the domestic market. Behind this rapid upswing was not just the successful presentation of the cooperative at the World's Fairs in Brussels (1935) and Paris (1937), where it was awarded the Grand Prix, and the artistic originality of the Czechoslovakian designs, which was rated superior to their Thuringian competition by the renowned German magazine *Sprechsaal*, but also—and perhaps above all—the political situation.³³ The USA's reticence about purchasing German products after the Nuremberg Laws were enacted there in 1935 was instrumental in the increased export volume and value of the Czechoslovakian company in Zdobín and rendered the products from Lauscha practically unmarketable overseas. It did not take long for both Woolworth and the American cheap wholesaler Sears to cut ties with the town.³⁴

New competition had by now developed in Poland, too, where Jozef Modenski had started producing high-quality mouth-blown Christmas tree ornaments in Kraków in 1930; they entered the American market in 1934. By the late 1930s 99 percent of US demand was met by imports—50 to 80 million glass Christmas tree ornaments per year.³⁵ In 1943, during World War II, the Third Reich discontinued the production of glass Christmas tree ornaments in Thuringia. The demand for other goods was too great.³⁶

Second Half of the 20th Century

After World War II and Germany's division into East and West, Thuringia found itself part of the German Democratic Republic that grew out of the Soviet occupation zone in 1949. The original basis for production and trade gradually transformed in line with the socialist centrally planned economy, which ultimately led to the companies being nationalized in 1972 and the sector being amalgamated into one "Volkseigener Betrieb" (Publicly Owned Enterprise) called VEB Thüringer Glasschmuck Lauscha. In addition to

32 Waltraud Neuwirth, *Glass Christmas Tree Ornaments: Made in Austria—Czechoslovakia*, trans. Ann Dubsky, Vienna 2000, 59–64; Nový/Havlíčková/Neuwirth/Šíp 2010 (see note 23), 15, 19, 24.

33 Nový/Havlíčková/Neuwirth/Šíp 2010 (see note 23), 15, 19–20, 24–25.

34 Pritzl 2019 (see note 20), 126.

35 Brenner 1993 (see note 12), 114, 147.

36 Steinmetz-Oppelland 2016 (see note 11), 33.

manual work, there was now an increasing amount of mechanization that resulted in a steady increase in production volume and the numerous workshops in private homes being replaced by modern factories. The DEMUSA company in Sonneberg took charge of exports. As the production volume grew, the retail prices dropped, but it being a subsidized socialist economy meant that this did not cause any major issues. Unsold surpluses that could not be sold in the West ended up on the domestic market or in the countries of the Eastern Bloc.³⁷



Christbaum.
Reproduktion aus der
Publikation *Blumenkränze
für die reifere Jugend*, Prag,
undatiert [1826–1836].

Christmas tree.
Reproduction from the
publication *Blumenkränze
für die reifere Jugend*, Prague,
undated [1826–1836].

In the 1950s the manufacturers in Lauscha faced new competition from the Federal Republic of Germany, specifically from the neighboring Bavarian towns of Neustadt near Coburg and Coburg itself, where some entrepreneurs from Lauscha had emigrated. They included the glassblower Fritz Rempel (later Oberfränkische Glas & Design GmbH, from 2018 Weihnachtsland GmbH) who gradually had 20 families join him, and Heinz Müller-Blech (Inge-Glas).³⁸ These and other West German companies continued to supply the USA, where demand for handmade glass Christmas tree ornaments had declined since the world war due to domestic competition from automated production sites. It took until the 1980s for fortunes to change, when a nostalgic trend for retro Christmas tree ornaments sparked a marked revival. This gave rise to a huge community of collectors in the USA. The importer Christopher Radko had a major

³⁷ Ibid., 34–35.

³⁸ Ibid., 35–36.

stake in this development; his entrepreneurial strategy was aimed at quality and exclusivity: the products from this market segment fetched much higher prices than the regular range.³⁹

After the reunification of Germany in the fall of 1990, East and West German companies found themselves in the same country. For Lauscha that meant a radical change. The VEB Thüringer Glasschmuck was split into five parts, the largest of which, with some 1,300 employees, went to the Bavarian company Krebs that already operated production sites in Rosenheim and in the US city of Roswell (New Mexico). The Krebs Glas Lauscha GmbH was founded in the fall of 1991 and is still in business today.⁴⁰

Even before the communists assumed power in Czechoslovakia in 1948 and completely abolished private enterprise, there had been a wave of nationalizations of German and German Bohemian businesses. The manufacturers of Christmas tree ornaments made of blown beads were incorporated in the public enterprise Skleněná bižuterie in Jablonec nad Nisou and later in the public enterprise Železnobrodské sklo in Železný Brod. With a monopoly over all kinds of glass Christmas tree decorations from Czechoslovakia, the state-controlled export was taken over by the joint-stock company Jablonex in Jablonec nad Nisou, which was founded in 1952.⁴¹

The glass cooperative in Zdobín continued production of blown Christmas tree ornaments. It was nationalized in 1950 and in 1965 renamed Vánoční ozdoby, družstvo umělecké výroby (“Christmas Tree Ornaments, Cooperative for Artistic Production”) and relocated to Dvůr Králové nad Labem. During the entire socialist period, this one company was responsible for over half of all output in Czechoslovakia. The rest was divided between the Czech and Slovakian producers’ cooperatives founded in the 1950s (Irisa, Slezská tvorba, Okrasa, Gemer). In the 1960s Czechoslovakia exported glass Christmas tree ornaments worth 20 million koruna to over 40 countries every year. For years, the primary markets were the USA, the UK, the Netherlands, Belgium, France, Italy, and the Federal Republic of Germany.⁴² The collections also won awards at international exhibitions—even the Grand Prix at the EXPO in Brussels in 1958.

When the communist regime in Czechoslovakia came to an end in late 1989, the centrally planned economy was also abolished. In 1992 Jablonex’s monopoly over exports was superseded by the Jablonec-based company Ornex with which all producers’ cooperatives worked. Jablonex then started trading its own handmade Christmas tree ornaments that were manufactured in a newly established company in Jablonec from 1993—at the time the most modern in Central Europe. Numerous other companies were also founded, including GOJA in Jablonec nad Nisou. From 1991 to

39 Ibid., 78–79.

40 Ibid., 36–38.

41 Pritzl 2019 (see note 20), 158–162, 175.

42 Nový/Havlíčková/Neuwirth/Šíp 2010 (see note 23), 16–17, 70–71, 76.

1995 the Astir company in Jablonec (with a branch in Lučany nad Nisou; from 1995 Rautis) produced glass tree ornaments made from blown beads. In 1991 the HAN company in Jičín (from 2020 HAN Design) also started producing glass Christmas tree ornaments. The formally Publicly Owned Enterprise Václav Berger became the OZDOBA CZ company in Miletín in 1995.⁴³

Today

Since the 1990s the number of manufacturers of glass Christmas tree ornaments in Germany has dropped dramatically. Even larger companies are now mostly strongly export-oriented factories. In total about 20 businesses with two to 100 employees, including seasonal homeworkers, work in the sector. The largest companies are Krebs, Inge-Glas, and Weihnachtsland GmbH. Their main markets are still the USA, the Netherlands, Scandinavia, and—until the invasion of Ukraine in 2022—Russia. However, the US market has changed dramatically over recent years: many American customers have turned away from their traditional suppliers and now purchase their glass Christmas tree ornaments and decorations from other countries. Principal among them is China, which supplies the USA with cheap goods, whereas Poland has managed to conquer the international market for expensive luxury products with its diverse aesthetics and high-quality workmanship.

Consequently, Czech and German small and medium-sized businesses have increasingly had to focus on direct sales, e.g., at Christmas markets. Furthermore, they must now cater to customers' wishes—including individual requests and collectors' demands. High-quality handicraft means expensive products, a fact that has to be explained to buyers. German manufacturers have therefore opted for the slogan: "Traditional regional handicraft." The Lauschaer Glaskunst brand was created in the course of a "buy local" campaign.⁴⁴

Even post-1989, the main markets for glass Christmas tree ornaments from Czechia have continued to be the USA, the Netherlands, Belgium, Switzerland, the UK, Germany, and Canada. Peak demand for Czech products was reached in 2001; today there is much lower demand on the global market. The reaction by Jablonex (since 2005 part of the Jablonex Group) to this change was dramatic: the gradual discontinuation of the production of mouth-blown glass Christmas tree ornaments (2006) and later of exports (2007). The company's vast sample collection with exclusive products was donated to the Museum of Glass and Jewellery in Jablonec nad Nisou. It forms the basis of the permanent exhibition *World of Wonders* that has been open to the public since 2022.

⁴³ Ibid., 17, 71–72, 77.

⁴⁴ Steinmetz-Oppelland 2016 (see note 11), 41–44.

The only company in the world still making Christmas tree ornaments from glass beads is Rautis in Poniklá. It is thanks to Rautis that this craft was inscribed in UNESCO's Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity in 2020. The Museum of Glass and Jewellery in Jablonec nad Nisou was also involved in the successful nomination of glass production, including the production of glass Christmas tree ornaments, to the same list in 2023. It is a joint project between six countries—Czechia, Finland, France, Hungary, Germany, and Spain. This prestigious status is thus accorded not just to Czech but also to German Christmas tree ornaments.⁴⁵

Summary

The history of the production of glass Christmas tree ornaments and the history of decorating Christmas trees are a remarkable and integral part of our cultural history. Without them, Christmas as we know it would lose some of its magic. It is therefore no wonder that handmade glass Christmas tree ornaments are still sought after on both the European and the American market, albeit now mainly as luxury goods. It is by virtue of their supreme artistic and artisanal accomplishments and ingenious entrepreneurial acumen that traditional companies from Czechia and Germany have enjoyed lasting success in this highly competitive market.

This text was written in the framework of the institutional support provided by the Czech Ministry of Culture to the Museum of Glass and Jewellery in Jablonec nad Nisou for the long-term conceptual development of its research organization.

⁴⁵ “Knowledge, craft and skills of handmade glass production,” <https://ich.unesco.org/en/RL/knowledge-craft-and-skills-of-handmade-glass-production-01961> [1.3.2025].

IMPRESSUM / IMPRINT

MAK STUDIES 31

Dieser Katalog erscheint anlässlich der Ausstellung *FAHRRAD & HUMMER. Funke! der Baumschmuck aus Gablonz* / This catalog is published on the occasion of the exhibition *BICYCLE & LOBSTER: Sparkling Tree Decorations From Gablonz* (24.9.2025–1.2.2026).

© 2025 MAK, Wien / Vienna und / and Verlag der Buchhandlung Walther und Franz König, Köln / Cologne

AUSSTELLUNG / EXHIBITION

Gastkuratorin / Guest Curator
Waltraud Neuwirth
MAK Kuratorin / MAK Curator
Kathrin Pokorny-Nagel, Leitung MAK
Bibliothek und Kunstblättersammlung/
Archiv / Head, MAK Library and
Works on Paper Collection/Archive
Assistenz / Assistance
Jenny Unterkofler
Ausstellungsorganisation /
Exhibition Management
Karoline Brand
Ausstellungsgestaltung / Exhibition Design
Johanna Pichlbauer
Grafische Gestaltung / Graphic Design
Theresa Hattinger

KATALOG / CATALOG

Herausgeberinnen / Editors
Lilli Hollein, Kathrin Pokorny-Nagel
Autor*innen / Authors
Lilli Hollein, Petr Nový,
Kathrin Pokorny-Nagel,
August Ruhs, Nora Witzmann
Katalogredaktion / Catalog Editing
Kathrin Pokorny-Nagel
Publikationsmanagement /
Publication Management
Martin Born
Lektorat / Copy Editing
Teresa Profanter, Cornelia Malli
Übersetzungen / Translations
Robert Kotasek (CZ > DE: S. / pp. 27–39)
Maria Slater (DE > EN)
Grafische Gestaltung / Graphic Design
Theresa Hattinger
Reproduktionen / Reproductions
Pixelstorm, Wien / Vienna
Schrift / Type
Plantin MT Pro, Affairs
Papier / Paper
Munken Print White, GardaGloss Art
Druck und Bindung / Printing and Binding
Gugler Medien GmbH, Melk / Donau

Pure Print ®
innovated by gugler* DruckSinn
Gesund. Rückstandsfrei. Klimapositiv.
© drucksinn.at

Das MAK bemüht sich in seinen Publikationen um eine gendergerechte Schreibweise.

Erstmals erschienen bei / First published by
Verlag der Buchhandlung Walther und Franz
König, Ehrenstraße 4, D-50672 Köln / Cologne

Bibliografische Information der Deutschen
Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Bibliographic information published by the
Deutsche Nationalbibliothek

The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available in the Internet at <http://dnb.dnb.de>.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechts.

This work is subject to copyright. All rights are reserved, whether the whole or part of the material is concerned, specifically the rights of translation, reprinting, re-use of illustrations, recitation, broadcasting, reproduction on microfilms or in other ways, and storage in databases. For any kind of use, permission of the copyright owner must be obtained.

Gedruckt in Österreich / Printed in Austria

BILDNACHWEIS / PHOTO CREDITS
Alle Objektfotografien / All object photographs:

© MAK/Christian Mendez
Künstlerische Objektarrangements /
Artistic object arrangements S. / pp. 99, 111,
123, 137, 149, 159, 175, 187, 197, 211:
© Marlene Mautner

Die Fotos in diesem Buch wurden im Rahmen des Projekts *Süßer die Sammlung nie klinget* aufgenommen, gefördert vom BMWKMS. / The photos for this book were taken in the context of the *Süßer die Sammlung nie klinget* project, funded by the BMWKMS.

■ Bundesministerium
Wohnen, Kunst, Kultur,
Medien und Sport

VERTRIEB / DISTRIBUTION

Europa / Europe
Buchhandlung Walther König
Ehrenstraße 4
50672 Köln / Cologne, Germany
Tel: +49 (0) 221 / 20 59 6 53
verlag@buchhandlung-walther-koenig.de

Vereinigtes Königreich & Irland /
UK & Ireland
ART DATA
12 Bell Industrial Estate
50 Cunnington Street
London W4 5HB
Vereinigtes Königreich / UK
T +44 (0)208 747 10 61
F +44 (0)208 742 23 19
orders@artdata.co.uk

Außerhalb Europas / Outside Europe
D.A.P. / Distributed Art Publishers, Inc.
75 Broad Street, Suite 630
New York, NY 10004, USA
Tel: +1 (0) 212 627 1999
orders@dapinc.com

ISBN 978-3-7533-0837-1

MAK
Stubenring 5, 1010 Wien / Vienna, Austria
T +43 1 711 36-0
office@MAK.at, MAK.at

MAK Center for Art and Architecture
Los Angeles at the Schindler House
835 North Kings Road, West Hollywood,
CA 90069, USA

Mackey Apartments
MAK Artists and
Architects-in-Residence Program
1137 South Cochran Avenue, Los Angeles,
CA 90019, USA

Fitzpatrick-Leland House
Laurel Canyon Boulevard/Mulholland Drive,
Los Angeles, CA 90046, USA
T +1 323 651 1510
office@MAKcenter.org, MAKcenter.org

Josef Hoffmann Museum, Brtnice
Eine Expositur der Mährischen Galerie
in Brno und des MAK, Wien /
A joint branch of the Moravian Gallery
in Brno and the MAK, Vienna
námeští Svobody 263, 588 32 Brtnice,
Tschechische Republik / Czech Republic
T +43 1 711 36-220
josefhoffmannmuseum@MAK.at, MAK.at

Ein besonderer Dank gilt der Kunst-
historikerin Waltraud Neuwirth für die
großzügige Schenkung ihrer Samm-
lung an das MAK. / Special thanks go
to the art historian Waltraud Neuwirth
for generously donating her collection
to the MAK.

