



Zwischen Tradition und Innovation:
Museen und Ausstellungskonzepte

Herausgeber

Prof. Dr. Günther Kronenbitter

Redaktion und Layout

Lena Griebhammer M.A., Leonie Herrmann

Titelbild

Lena Griebhammer M.A.

Anschrift der Redaktion

Europäische Ethnologie/Volkskunde

Universität Augsburg - Universitätsstraße 10 - 86135 Augsburg

Tel.: 0821/598-5482 - Fax: 0821/598-5501

E-mail: volkskunde@phil.uni-augsburg.de

Die Augsburger Volkskunde im Internet

<http://www.philhist.uni-augsburg.de/lehrstuehle/volkskunde/>

Druck

Verlag T. Lindemann - Stiftstraße 49 - 63075 Offenbach

ISSN 0948-4299

Die Augsburger Volkskundlichen Nachrichten erscheinen im Selbstverlag. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Datenträger sowie Fotos übernehmen die Redaktion bzw. der Herausgeber keinerlei Haftung. Die Zustimmung zum Abdruck wird vorausgesetzt. Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann trotz sorgfältiger Prüfung der Redaktion von des Herausgebers nicht übernommen werden. Die gewerbliche Nutzung ist nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers zulässig. Das Urheberrecht für veröffentlichte Manuskripte liegt ausschließlich beim Herausgeber. Nachdruck sowie Vervielfältigung, auch auszugsweise, oder sonstige Verwertung von Texten nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. Namentlich gekennzeichnete Texte geben nicht in jedem Fall die Meinung des Herausgebers oder der Redaktion wieder.

Vorwort	5
Aufsätze	
„Deutsche Strumpfdynastien. Maschen – Mode – Macher“ Überlegungen zum Konzept der Sonderausstellung im Staatlichen Textil- und Industriemuseum Augsburg 2014 <i>von Karl Borromäus Murr und Michaela Breil</i>	6
Ein unbequemes Denkmal als Symbol der Befreiung Halle 116 – ein Augsburger Museumsprojekt <i>von Tobias Brenner</i>	35
Stellst du noch aus oder bloggst du schon? Social Media in Museen <i>von Lena Griefhammer</i>	66
Berichte	101
Interview	105
Rezensionen	111
Ausstellungen	120

Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Kaum zu glauben, aber wahr: mit der aktuellen Ausgabe halten Sie Heft 38 des 20. Jahrgangs der Augsburger Volkskundlichen Nachrichten in Ihren Händen! Ein runder Geburtstag, auf den unser Fach wirklich stolz sein kann. Seit 20 Jahren berichten wir regelmäßig einmal im Semester über den Stand der Forschungen der Augsburger Europäischen Ethnologie/Volkskunde. Nach meinem Antritt in Augsburg wurde die Zeitschrift im Juli 1995 ins Leben gerufen. Über diesen langen Zeitraum hinweg haben zahlreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Lehrstuhls sowie Studierende unseres Fachs spannende Beiträge für die Augsburger Volkskundlichen Nachrichten geschrieben. Der Bogen reichte dabei über historische Themen wie Kinderhexenprozesse in der Reichsstadt Augsburg bis hin zu hochaktuellen Fragestellungen beispielsweise im Kontext der Europäischen Wirtschaftskrise im vorletzten Heft. Darüber hinaus hoffen wir unseren Leserinnen und Lesern mit unseren Ausstellungsbesprechungen und unseren Rezensionen stets einen Einblick darin zu geben, was sich im weiteren Umfeld unserer Disziplin im deutschsprachigen Raum ereignet.

An unserem Standort hier in Augsburg hat sich in den vergangenen beiden Jahrzehnten sehr viel entwickelt. Handelte es sich zu Beginn der 1990er Jahre noch um ein kleines Fach mit schmaler Ausstattung, sind wir inzwischen zu einem Lehrstuhl mit äußerst breitem Fächerspektrum geworden. Themenfelder der vergangenen Jahre waren etwa ländliche Entwicklung, Magie und Aberglaube, Frömmigkeit, altes Handwerk oder Volksschauspiel aus dem klassischen Bereich. In der Zwischenzeit haben sich aber auch moderne und aktuelle Forschungsgebiete am Lehrstuhl etabliert, etwa Gesundheit und Umwelt, Migration und Arbeitswelt, Jugend- und Szeneforschung oder Musikethnologie. Während meiner Präsidentschaft vertritt mich nun dankenswerter Weise Herr Kollege Kronenbitter, der das Themenspektrum noch um weitere Aspekte ergänzt. Dazu zählen die Fragen der Erinnerungskultur und der Musealisierung, die das Ihnen nun vorliegende neue Heft der Augsburger Volkskundlichen Nachrichten in den Mittelpunkt rückt.

Außerdem ist die Europäische Ethnologie/Volkskunde an der Universität Augsburg inzwischen gemeinsam mit anderen Fächern Teil des Bachelor- und Masterstudiengangs Kunst- und Kulturgeschichte. Dieser umfasst die Klassische Archäologie, die Kunstgeschichte/Bildwissenschaft, die Musikwissenschaft, die Bayerische und Schwäbische Landesgeschichte sowie die Didaktik der Geschichte. Die enge Zusammenarbeit in diesem Fachverbund eröffnet dabei neue und innovative Gesichtspunkte und Forschungsfragen. Auch ist das Fach Europäische Ethnologie/Volkskunde Teil des Masterstudiengangs Interdisziplinäre Europastudien und kann dort zusammen mit historischen, kulturgeschichtlichen, sprach- literatur- und rechtswissenschaftlichen sowie philosophischen Fächern studiert werden.

Anlässlich dieses Jubiläums möchte ich hiermit allen Beteiligten der Vergangenheit und der Gegenwart dafür danken, dass sie stets mit vollem Einsatz und Herzblut die Herausgabe der Augsburger Volkskundlichen Nachrichten ermöglicht haben! Ich hoffe und bin zuversichtlich, dass wir auch in den nächsten 20 Jahren Spannendes und Interessantes zu berichten haben werden und dass unsere Leserschaft uns gewogen bleibt.

Mit allen guten Wünschen für die Zukunft,

Me
Julie Döing-Mackay

„Deutsche Strumpfdynastien. Maschen – Mode – Macher“

Überlegungen zum Konzept der Sonderausstellung im Staatlichen Textil- und Industriemuseum Augsburg 2014

von Karl Borromäus Murr und Michaela Breil

Der Strumpf – für die einen nur ein funktionales Kleidungsstück, für die anderen jedoch der Inbegriff des sinnlich Begehrenswerten – stellt ein ebenso reizvolles wie vielfältiges Thema für die Geschichtsforschung und für historische Ausstellungen gleichermaßen dar. Denn es erlaubt, verschiedenste historische Fragestellungen zu bündeln und – in deren Bannkreis – die möglichen Exponate in all ihrer materiellen Ästhetik und (modischen) Symbolkraft museal zu präsentieren. Umso verwunderlicher erscheint, dass der Strumpf als eigenständiges Forschungs- und Ausstellungsthema bislang stark vernachlässigt geblieben ist.¹

Dabei ist der Strumpf nicht nur für die klassische Kostümgeschichte von Interesse,² sondern auch für eine moderne Modegeschichte, die nach Körperkonzepten und Gender-Dimensionen von Kleidung und der mit beidem verbundenen sozialen Praxis fragt³ – eine Fragerichtung, die zugleich eng mit einer um Reiz und Scham ringenden Moralgeschichte verknüpft ist.⁴ Ruft man die in der Nachkriegsgeschichte so begehrten „Nylons“ in Erinnerung, tritt schnell ins Bewusstsein, dass der – später auch aus Perlon gefertigte – Feinstrumpf nicht nur in den Wirtschaftswunderjahren ein bedeutsames Konsumprodukt

1 Vgl. Meyer-Schneidewind, Mechthild, Sauerbier, Ilona: Stümpfe. Mode, Markt und Marketing, Frankfurt/Main 1992.

2 Vgl. Zander-Seidel, Jutta: Kleiderwechsel. Frauen-, Männer- und Kinderkleidung des 18. bis 20. Jahrhunderts, Nürnberg 2002; Mayerhofer-Llanes, Andrea: Die Anfänge der Kostümgeschichte. Studien zu Kostümwerken des späten 18. und des 19. Jahrhunderts im deutschen Sprachraum, München 2006.

3 Vgl. White, Sophie (Hg.): Dress and gender, Oxford 2005; Perkins, Wendy (Hg.): Fashioning the body politic: dress, gender, citizenship, Oxford 2002.

4 Vgl. Staatliches Textil- und Industriemuseum Augsburg, LVR-Industriemuseum (Hg.): Reiz und Scham. Kleider, Körper und Dessous. 150 Jahre zwischen Anstand und Erotik, Augsburg 2011.

darstellte – mit Dederon als ostdeutschem Pendant.⁵ Allein anhand von historischen Strumpfwerbekampagnen, verbunden mit einer Geschichte der Vermarktung und des Handels, ließe sich eine instruktive Konsumgeschichte der Bundesrepublik als Teil einer erweiterten Gesellschaftsgeschichte schreiben.⁶ Bei näherer Betrachtung der Geschichte des Exportes, der bei den Strümpfen schon im Deutschen Kaiserreich weltweit orientiert war, bietet sich der Anschluss an die gegenwärtige Globalgeschichtsschreibung an.⁷ Erweitert man die Perspektive der Konsumtion um die der Produktion, tritt schließlich die Industriegeschichte, die schon verschiedene Konjunkturen erlebt hat, in den Gesichtskreis der Forschung.⁸ Hier interessieren einerseits die handelnden Unternehmer, die in ganz unterschiedlichen Formen von „Entrepreneurship“ die industrielle Produktion des Strumpfes vorangetrieben haben⁹ und andererseits die Arbeiterschaft, deren soziale Stellung einen klassischen Gegenstand der Gesellschaftsgeschichte bildet.¹⁰ Ein besonderes Augenmerk verdient beim Forschungsgegenstand Strumpf die Technik- und Materialgeschichte: Hier spannt sich der Bogen von den hugenottischen Wirkstühlen der Frühen Neuzeit über die berühmten Cottonmaschinen des 19. Jahrhunderts, die schließlich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts von den noch weit produktiveren Rundstrickmaschinen abgelöst wurden.¹¹

5 Vgl. Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): *Künstliche Versuchung. Nylon - Perlon - Dederon*, Köln 1999.

6 Vgl. Haupt, Heinz Gerhard, Torp, Claudius (Hg.): *Die Konsumgesellschaft in Deutschland 1890 – 1990. Ein Handbuch*, Frankfurt/Main, New York 2009.

7 Vgl. Tilly, Richard: *Globalisierung aus historischer Sicht und das Lernen aus der Geschichte*, Köln 1999; Osterhammel, Jürgen: *Geschichtswissenschaft jenseits des Nationalstaats*, Göttingen 2001; Bordo, Michael D.: Allan M. Taylor, Jeffrey G. Williamson (Hg.): *Globalization in Historical Perspective*, Chicago 2003; Osterhammel, Jürgen, Petersson, Niels P. (Hg.): *Geschichte der Globalisierung*, München 2003; Mazlish, Bruce, Iriye, Akira (Hg.): *The Global History Reader*, New York, London 2005; Conrad, Sebastian, Eckert, Andreas, Freitag, Ulrike (Hg.): *Globalgeschichte. Theorien, Ansätze, Themen*, Frankfurt/Main, New York 2007.

8 Vgl. Kraus, Werner (Hg.): *Schauplätze der Industriekultur in Bayern*, Regensburg 2006.

9 Vgl. Hüniger Heinz: *Strumpfmärkte im Wandel*. In: *Textil-Wirtschaft*, Nr. 5 (01.02.1979); Nr. 11 (15.03.1979); Nr. 29 (19.07.1979); Nr. 43 (25.10.1979); Nr. 2 (10.01.1980); Nr. 24 (12.06.1980); Nr. 5 (29.01.1981); Nr. 20 (14.05.1981)

10 Vgl. Wehler, Hans-Ulrich (Hg.): *Deutsche Gesellschaftsgeschichte*, 5 Bde., München 1987-2008.

11 Vgl. Johannsen, E.H.O. u.a.: *Die Geschichte der Textil-Industrie*, Leipzig u.a. 1932, S. 385-543; Eley, A. W.: *Stockings. Silk, Cotton, Rayon, Nylon, Leicester 1953*; Offermann, Peter, Tausch-Marton, Harald: *Grundlagen der Maschenwarentechnologie*, Leipzig 1978; Weber, Klaus-Peter: *Die Wirkerei und Strickerei. Technologie und bindungstechnische Grundlagen*, Ludwigsburg 1984.

Auf der Rohstoffseite erfuhr die Verarbeitung natürlicher Fasermaterialien wie Seide, Wolle oder Baumwolle seit den 1940er Jahren mit der Entwicklung synthetischer Garne eine wesentliche Erweiterung, ohne die der massive Anstieg des Feinstrumpfkonzsums nach dem Zweiten Weltkrieg gar nicht möglich gewesen wäre. Von all den angedeuteten Ansätzen historischer Forschung hat sich die Ausstellung „Deutsche Strumpfdynastien. Maschen – Mode – Macher“ anregen lassen, die das Staatliche Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim) von Mai bis Oktober 2014 zeigt. Es soll um eine Kulturgeschichte der deutschen Strumpfmade gehen. Die selbst kuratierte und vom Atelier Brückner (Stuttgart)¹² gestalterisch umgesetzte Schau, die einen großen zeitlichen Bogen von der Frühen Neuzeit bis in die Gegenwart spannt, füllt damit eine Lücke im Kanon historischer Ausstellungen hierzulande. Denn das Strumpftema war bislang nur selten Gegenstand von übergreifenden musealen Präsentationen. Eine Ausnahme bildete die vom Münchner Stadtmuseum 1990 realisierte Ausstellung „Beinnahe. Strümpfe, Schuhe, Unterhosen aus vier Jahrhunderten“, die das Strumpftema im Zusammenhang mit Beinkleidung vor Augen führte.¹³ Das Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland widmete sich 1999 mit „Künstliche Versuchung. Nylon – Perlon – Dederon“¹⁴ zumindest der Kulturgeschichte der Kunstfaser. Vielleicht lässt sich die geringe museale Beachtung des Themas auch institutionell erklären, fehlt in der deutschen Museumslandschaft bislang eine zentrale Einrichtung, die sich der Geschichte des Strumpfes annimmt. Das ambitionierte Projekt des deutschen Strumpfmuseums ist bislang über ein virtuelles Stadium nicht hinausgekommen.¹⁵ Bestehende kleine Häuser wie das Maschenmuseum in Albstadt/Tailfingen (Baden-Württemberg) oder das Erste Deutsche Strumpfmuseum in Gelenau (Sachsen) bewegen sich eher im Dunstkreis der Heimatgeschichte und operieren mit einem

12 Vgl. Scenography. Szenografie. Making spaces talk/Narrative Räume. Projects/Projekte 2002-2010.

Atelier Brückner, Ludwigsburg 2011.

13 Münchner Stadtmuseum (Hg.): Beinnahe. Strümpfe, Schuhe, Unterhosen aus vier Jahrhunderten, München 1990.

14 Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Künstliche Versuchung. Nylon - Perlon - Dederon. Köln 1999.

15 Vgl. <http://www.deutsches-strumpfmuseum.de/> (01.04.2014).

lokal- bzw. regionalhistorischen Ansatz.¹⁶ Welches konkrete Konzept liegt nun der Augsburger Ausstellung zugrunde? Die Beantwortung dieser Frage soll im Folgenden vor allem auf inhaltlicher Ebene sowie auf der damit korrespondierenden gestalterischen Ebene geschehen. Auch wenn museologische ebenso wie museumspädagogische Erwägungen weitgehend hinten angestellt werden müssen,¹⁷ bekennen sich die Ausstellungsmacher zu dem grundsätzlichen Verständnis einer Ausstellung als einem vielfältigen Kommunikationsprozess, der mit vielerlei Medien einschließlich Hands-On-Stationen die tätige Interaktion mit den Ausstellungsbesuchern anzustoßen sucht – ein Kommunikationsprozess, der idealer Weise alle Sinne involviert und der mit seinem sozial integrativen Anspruch Partizipation und Inklusion ermöglicht.¹⁸ Trotz aller museologisch modische Sinnlichkeit lässt die Ausstellung – im gleichsam aufklärerischen Impetus – auch die kognitiven Dimensionen des möglichen Lernens nicht außer Acht.

Die Breite des gewählten Ausstellungstitels „Deutsche Strumpfdynastien. Maschen – Mode – Macher“ spiegelt den multiperspektivischen Ansatz wider, den die Schau verfolgt, die immer wieder explizit wie implizit Strumpfmade im Spannungsfeld von Schein und Sein, von Anspruch und Wirklichkeit, von Werbung und Konsum präsentiert. Was den Ausstellungstitel selbst anbelangt, so verweist er mit dem Obertitel einerseits auf einen personalisierten, familiengeschichtlichen Ansatz. Der Untertitel sodann spielt andererseits nicht nur mit der Alliteration, sondern lässt bewusst die verschiedenen semantischen Möglichkeiten von Maschen, Mode und Machern anklingen. ‚Maschen‘ können technisch als Garnschlaufen oder metaphorisch als unternehmerische Taktiken sowie als werbliche Strategien verstanden

16 Stadt Albstadt (Hg.): Menschen, Maschen und Maschinen. Die Geschichte der Maschenindustrie im Raum Albstadt, Albstadt 1996.

17 Vgl. beispielhaft Kolb, Barbara, Murr, Karl Borromäus: Über den Erwerb historischer Kompetenzen im Museum – Überlegungen aus der Planungspraxis des Bayerischen Textil- und Industriemuseums in Augsburg. In: Susanne Popp, Bernd Schönemann (Hg.): Historische Kompetenzen und Museen (Schriften zur Geschichtsdidaktik 25), Idstein 2009, S. 141-164.

18 Vgl. John, Hartmut, Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit, Bielefeld 2008; Dröge, Kurt, Hoffmann, Detlef (Hg.): Museum revisited. Transdisziplinäre Perspektiven auf eine Institution im Wandel, Bielefeld 2010; Gesser, Susanne u.a. (Hg.): Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen, Bielefeld 2012.

werden. Hinter den ‚Machern‘ verbergen sich nicht nur die Unternehmer, sondern auch die Arbeiterinnen und Arbeiter, die das Produkt konkret mit ihrer Arbeitsleistung herstellten. Aber die Begriffe ‚Mode‘ und ‚Macher‘ können auch zusammengezogen als „Modemacher“ gelesen werden, womit die schöpferischen Anteile der Strumpfherstellung angespielt wird. Um die größeren Entwicklungslinien in den Blick zu nehmen, ist der geographische Fokus der Ausstellung bewusst auf deutsche Unternehmen gerichtet, wengleich viele einzelner Themen – an passender Stelle – dann aus dem bayerischen Raum gegriffen sind. Letzteres ganz zu Recht, hat es doch eine ganze Reihe von Strumpfunternehmen nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs durch Flucht und Vertreibung von Sachsen bzw. Böhmen nach Bayern verschlagen, wo die Unternehmer einen wirtschaftlichen Neuanfang wagten. Nicht zuletzt versucht die Augsburgener Ausstellung, auf die globalen Bezüge im Lokalen ebenso wie die lokalen Dimensionen des Globalen zu verweisen.¹⁹

Macher: Die Strumpfdynastien

Zunächst zu den ‚Machern‘ und hierbei zu den Unternehmern. Galt der Unternehmer im Zeichen einer neomarxistisch angelegten Gesellschaftsgeschichte, die mit ihrem strukturorientierten Ansatz ohnehin einzelnen Akteuren und Ereignissen einen geringeren Stellenwert zumaß, lange Zeit als ein eher randständiger Untersuchungsgegenstand, ist die jüngere historische Forschung zu einer neuen Würdigung der Akteursperspektive gelangt, die dem unternehmerischen Handeln trotz aller einschränkender Rahmenbedingungen wieder gewisse Handlungsspielräume zugesteht. Gleich ob man nun von Wirtschaftslenkern, Industriearbarnen oder mittelständischen Familienunternehmern spricht.²⁰ Dieser offenere Zugang zur Unternehmensgeschichte, die dadurch zugleich eine Unternehmergeschichte ist, kommt Museen ohnehin entgegen, da sie vorzugsweise

¹⁹ Vgl. Murr, Karl Borromäus: Welthandel vor Ort. Der Augsburgener Baumwollimport aus den Vereinigten Staaten im 19. Jahrhundert. In: Philipp Gassert u.a. (Hg.): Amerika und Augsburg. Aneignungen und globale Verflechtungen in einer Stadt, Augsburg 2013, S. 103-155.

²⁰ Vgl. Berghoff, Hartmut: Moderne Unternehmensgeschichte, Paderborn u.a. 2004.

auf eine Personalisierung der geschichtlichen Erzählung setzen, die der Rezeptionsfähigkeit der historisch nur ansatzweise geschulten Museumsbesucher entgegenkommt. Der biographische Ansatz erweist sich bei Industriellen umso produktiver, als bei dieser gesellschaftlichen Schicht die Überlieferungslage von ausstellungsfähigen, dreidimensionalen Objekten häufig sehr ergiebig ist. Selbstverständlich darf die Überlieferungslage nicht allein über die Ausstellungswürdigkeit eines Gegenstandes bestimmen, blieben doch dadurch wichtige Dimensionen der Geschichte wie etwa die Historie der Arbeiterschaft tendenziell ausgeblendet.

Das tim erweitert die Unternehmerperspektive auf eine Perspektive familiengeführter Unternehmen, mithin auf regelrechte Strumpfdynastien, die ihre jeweiligen Firmen über mehrere Generationen erfolgreich geführt haben oder noch führen. Das tim hat mit den Esches (MSE), den Bahners (LBO bzw. Elbeo, Bi), den Kunerts (Kunert) und den Falkes (FALKE) vier, ihre industrielle Branche prägende Unternehmerfamilien exemplarisch ausgewählt und in eine Chronologie gebracht, die sich vom Deutschen Kaiserreich bis zur Gegenwart spannt. Jeder Unternehmersdynastie ist ein eigenes begehrtes Kabinett gewidmet. Die auf diese Weise räumlich-chronologisch gestaffelte Erzählweise lässt die einzelnen Unternehmerfamilien, auch wenn sie sich in der Realität oft zeitlich überlagerten, zu exemplarischen Vertretern einer jeweiligen Epoche werden, in der sie Beispielhaftes geleistet haben oder – in der Gegenwart – noch tatkräftig leisten. Zeitlich davor geschaltet erlaubt ein zusätzliches Kabinett Einblicke in die vorindustriellen Produktionsweisen der Frühen Neuzeit, in der neben der Handstrickerei der bereits mechanisch betriebenen Strumpfwirkerei eine besondere Bedeutung zukam. Ein zentrales Raumbild übersetzt in jedem der genannten Kabinette mittels eines oder mehrerer Leitexponate die inhaltlichen Kernaussagen, die solchermaßen der ästhetischen Wahrnehmung der Besucherinnen und Besucher angeboten werden. Immer soll es bei diesen epochal erzählten Familiengeschichten und ihren leitenden Persönlichkeiten darum gehen, die jeweils spezifische Spielart des Unternehmertums herauszuarbeiten.

Indem der Ausstellungsbesucher am Beginn der Parcours durch einen bedruckten Lamellenvorhang, der ein mit perfekten Körpermaßen ausgestattetes Strumpfmodel zeigt, den Ausstellungsraum betritt, taucht er ein in die Welt des schönen Scheins, dessen vielfältige Bedingungen die Schau vor Augen führen sucht.

Vorindustrielle Strumpferstellung

Um die Entwicklung industrieller Strumpfproduktion, wie sie sich ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts durchsetzte, stärker zu profilieren, greift das erste historische Kabinett auf die Frühe Neuzeit zurück, als noch Handarbeit die Herstellung von Strümpfen bestimmte. Hierbei sind zwei verschiedene Techniken grundsätzlich zu unterscheiden: einerseits das Handstricken und andererseits das technisch unterstützte Wirken mit Hilfe eines Wirkstuhls.

Die Herstellung handgestrickter Stümpfe hatte sich seit dem Mittelalter in ganz Europa verbreitet – so auch in Deutschland. Oftmals diente die Handstrickerei der Beschäftigung von Handwerkern, die in ihren erlernten Berufen nicht Fuß fassen konnten. Sie war demzufolge meist ein Gewerbe armer Leute, das sich bisweilen bis in das 20. Jahrhundert hinein hielt. Das Leitexponat in dieser Unterabteilung stellt ein kleiner, gleichsam mobiler Garnrollenhalter dar, der am Gürtel oder der Kleidung befestigt werden konnte, damit die Strickerin bzw. der Stricker selbst im Gehen ihr/sein Handwerk verrichten konnte. Ein originaler Wirkstuhl aus der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts soll in dieser zweiten Unterabteilung die Blicke auf sich ziehen (Abb. 1).

Der Vertrieb handgestrickter oder gewirkter Strümpfe war in der Frühen Neuzeit über das so genannte Verlagssystem organisiert. Solche Verleger, die ihre Waren aus der Heimarbeit des eigenen Ortes und der umliegenden Dörfer bezogen, vermarkteten die Strümpfe zentral. Sie können als die ersten Strumpfunternehmer bezeichnet werden. Das Thema der Handstrickerei veranschaulicht ein Beispiel aus dem regionalen Umfeld Augsburgs. Deshalb begegnet dort der Besucher dem sehr erfolgreichen Strumpf-Verleger Franz Anton Keck aus Schwabmünchen, der in seiner Hochzeit bis zu 1.500 Heim-

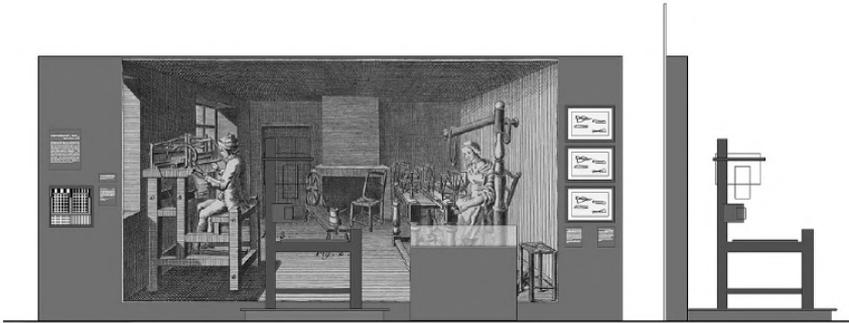


Abb. 1: Ansicht der Ausstellungseinheit „Der Wirkstuhl von William Lee“
Quelle: Atelier Brückner, Stuttgart

-arbeiter beschäftigte und so zum erfolgreichsten Strumpfunternehmer der Region avancierte.²¹ Die originalen Porträts von Anton Keck und seiner Ehefrau demonstrieren nicht zuletzt deren gewachsenes bürgerliches Selbstverständnis. Das komplementäre Beispiel für die Strumpfwirkerei bietet ein Beispiel aus der fränkischen Stadt Erlangen. Dort siedelten sich manche der 1685 aus Frankreich vertriebenen Hugenotten an. Aus ihrer Heimat hatten sie das technische Wissen um die Strumpfwirkerei nach Franken mitgebracht, die sich in der Folge zum bedeutendsten Gewerbebranch der Stadt entwickelte.²² Dank der überregionalen, ja transnationalen Handelsbeziehungen der Hugenotten florierte schon bald der Export der eigenen Wirkwaren. Der exemplarisch herausgehobene Erlanger Verleger Abraham Marchand vertrieb die Ware in Deutschland, Österreich, Schweiz, Holland, Italien und auf dem Balkan. Ein Journal aus dem Eigentum des Verlegers Abraham Marchand aus Erlangen belegt seine transregionalen und -nationalen Handelskontakte.

²¹ Vgl. zu Schwabmünchen: Jahn, Joachim: Schwabmünchen. Geschichte einer schwäbischen Stadt, Schwabmünchen 1984, S. 87-96; Plöbl, Elisabeth: Strümpfe stricken und Rosenkränze ketteln. Hausindustrie und Heimarbeit in Schwabmünchen und Umgebung. In: Walter Pötzl (Hg.): Bauern – Handwerker – Arbeiter. Beiträge zur Wirtschafts-, Sozial- und Bildungsgeschichte, Augsburg 2001, S. 173-187.

²² Bischoff, Johannes: Erlangen 1790 bis 1818. Studien zu einer Zeit steten Wandels und zum Ende der „Französischen Kolonie“. In: Jürgen Sandweg (Hg.), Erlangen. Von der Strumpfer- zur Siemensstadt. Beiträge zur Geschichte Erlangens vom 18. zum 20. Jahrhundert, Erlangen 1982, S. 59-126; Friederich, Christoph (Hg.): 300 Jahre Hugenottenstadt Erlangen. Vom Nutzen der Toleranz, Erlangen 1986.

Die Esches – global und mondän

Das zweite historische Kabinett der Ausstellung verlagert den geographischen Schwerpunkt nach Sachsen, das sich im 19. Jahrhundert zum Zentrum der deutschen Strumpfproduktion entwickeln sollte. Chemnitz stellte um 1900 – ohne jede Übertreibung – die Welthauptstadt der Strumpffherstellung dar. Zu den herausragenden Unternehmerfamilien der Branche gehörten dort die Esches.²³ Bereits im 18. Jahrhundert im sächsischen Limbach erfolgreich, verlagerten sie 1870 der besseren Verkehrsanbindung wegen ihre Produktion nach Chemnitz, wo sie binnen kurzer Zeit zur größten Strumpffabrik Deutschlands aufstiegen. Sie belieferten schon vor der Jahrhundertwende neben dem europäischen auch den amerikanischen und asiatischen Markt. Mit Herbert Eugen Esche (1874-1962) gesellte sich zum globalen Ausgriff des Unternehmens ein gesellschaftlich mondäner Habitus.²⁴ Denn er trug das großbürgerliche Bewusstsein der Familie zunehmend nach außen, indem er sich als großer Förderer moderner Kunst hervortrat. So ließ er sich selbst und seine Familie von dem später Berühmtheit erlangenden norwegischen Maler Edvard Munch porträtieren. Im Verlauf der Jahre erwarb er überdies Werke von bedeutenden Künstlern seiner Zeit wie Édouard Manet, Pierre Bonnard oder Vincent van Gogh. Zuvor schon hatte er sich von dem bekannten Jugendstil-Architekten und Designer Henry van de Velde in Chemnitz eine Villa errichten lassen.²⁵ Die Weltwirtschaftskrise läutete jedoch den Niedergang des Familienunternehmens ein, den dann der Zweite Weltkrieg vollends besiegelte. Die Leitexponate in diesem Kabinett bildet ein Ensemble von originalen Möbeln und Geschirr von Henry van de Velde – Objekte, die allesamt aus der Esche-Villa in Chemnitz stammen. Der Kabinetttraum selbst vermittelt eine Anmutung des Speisezimmers der besagten Villa, das mit seiner Ahnengalerie den Dynastiegedanken in adeliger Manier spiegelte.

23 Vgl. Richter, Tilo: Herbert Eugen Esche. Ein Lebensbild, Leipzig 2001

24 Vgl. Richter, Tilo: Herbert Eugen Esche. Ein Lebensbild, Leipzig 2001.

25 Katharina Metz, Tilo Richter, Priska Schmückle von Minckwitz: Henry van de Veldes Villa Esche in Chemnitz. Ein Gesamtkunstwerk zwischen Jugendstil und Sachlichkeit, Basel u.a. 2003; Mössinger, Ingrid, Metz, Katharina (Hg.): Henry van de Velde und Edvard Munch in Chemnitz, Chemnitz 2013.

Die Bahners (Elbeo) – Qualität über alles

Louis Bahner legte 1889 im sächsischen Oberlungwitz den Grundstein für ein Unternehmen, das seinerseits vor dem Zweiten Weltkrieg zum größten deutschen Strumpfproduzenten aufstieg.²⁶ Aus den Anfangsbuchstaben von Louis Bahner und von seinem Heimatort Oberlungwitz entstand der Markenname LBO, der 1930 – phonetisch ausbuchstabiert – in Elbeo umgewandelt wurde. Vier Merkmale kennzeichnen die frühe Unternehmensgeschichte im Besonderen: das Streben nach Qualität, der exklusive Umgang mit dem Fachhandel, der frühe Ansatz zur Markenbildung und die soziale Verantwortung für die eigenen Mitarbeiter (Abb. 2).



Abb. 2: Schottenstrumpf von Elbeo, 1895

Quelle: tim

²⁶ Vgl. die handschriftlich vervielfältigte Chronik in zwei Bänden: Louis Bahner. Elbeo-Werke 1889-1939, Oberlungwitz 1939.

Die auf den Zweiten Weltkrieg folgende Demontage und Enteignung hinderten die mitgliederreiche Familie Bahner nicht, in Westdeutschland einen wirtschaftlichen Neuanfang zu wagen. So fanden die Bahners in Augsburg, Mannheim, Lauringen und Kiel eine neue Heimat und „wirkten“ dort am deutschen Wirtschaftswunder mit. Der Economist adelte Elbeo zum Rolls-Royce der Strumpfbbranche.²⁷ Mit dem Verkauf 1989 fand Elbeo als Familienunternehmen allerdings sein Ende. Das unentwegte Beharren auf Produktqualität schlug sich in eine Reihe von Preisen nieder. War Elbeo bereits 1929 auf der Weltausstellung in Barcelona ausgezeichnet worden, erhielt das Unternehmen 1937 in Paris den Grand Prix als einzige Strumpf-firma überhaupt. Eine Serie von originalen Strümpfen, wie sie Elbeo damals in Paris ausgestellt hatte, stellt die Leitobjekte dieses Kabinetts dar. In ihrer expressiven Farbigkeit, die im Verlauf auch noch changiert, sollen diese ästhetisch beeindruckenden Strümpfe einen besonderen Blickfang bieten. Das Raumbild des Kabinetts wird jedoch von einem Bilderfries bestimmt, der der Geschichte des Familienunternehmens seit seiner Entstehung folgt. Die fundamentale Zäsur des Zweiten Weltkriegs und der damit zusammenhängenden Umsiedlung von Ost nach West spiegelt der Bilderfries, indem er in der Mitte des Raums die eine Wand verlässt, über den Boden – als Kriegsperiode – weiter verläuft, um auf der gegenüber liegenden Wand die Firmengeschichte von der Gründung der westdeutschen Standorten an weiterzuerzählen. Zeitzeugeninterviews mit Peter und Jörg Bahner sowie mit dem Designer Helge Belbe und dem Techniker Wilhelm Sprechert beleuchten aus unterschiedlichen Perspektiven den Elbeo-Kosmos im Horizont ihrer jeweiligen biographischen Erinnerung.

²⁷ Zitiert nach Hüniger, Nr. S. 129 Nr. 11 (15.03.1979).

Die Kunerts – „Wer das Garn beherrscht, beherrscht den Markt“

Aus bescheidenen Anfängen entwickelte sich unter der Ägide von Julius Kunert (1871-1950) im Böhmen innerhalb weniger Jahrzehnte ein Familienunternehmen, das 1938 zum größten Strumpfhersteller Europas aufstieg.²⁸ Das Erfolgsrezept des Familienunternehmens Kunert basierte auf mehreren Faktoren. So setzte Kunert konsequent auf Kunstseide als weit günstigere Alternative zur Naturseide. Im Produktsortiment beschränkte man sich auf nur wenige ausgereifte Artikel, die dann aber in Massen hergestellt wurden. Schließlich ging Kunert bald auch im Vertrieb neue Wege. Mit eigenen Vertretern, die den Einzelhandel bedienten, übersprang das Unternehmen erfolgreich den Großhandel. In der Folge des Zweiten Weltkrieges zwangen Enteignung und Verstaatlichung des Familienunternehmens in der Tschechoslowakei die Kunerts, ins Ausland zu gehen: Julius Kunert zog es nach Bayern. In Immenstadt gelang der Neuanfang als so genannter „Flüchtlingsbetrieb“ – ein Neuanfang, den auch viele ehemalige Arbeiter aus dem Sudetenland vorantrieben. Nach mühsamem Beginn gewann Kunert in den Nachkriegsjahrzehnten die alte wirtschaftliche Stärke zurück. Mit der Übernahme des großen Konkurrenten Hudson 1978 stieg Kunert wieder zum größten europäischen Strumpfproduzenten auf. Von Anfang an legten die Kunerts besonderen Wert auf hochwertige Garne, die sie teils selbst entwickelten wie etwa das berühmte Chinchillan (Abb. 3). Denn, so Julius Kunert: „Wer das Garn beherrscht, beherrscht den Markt“.²⁹ Die Ära des Familienunternehmens endete, als Kunert 1988 an die Börse ging. Das ehemalige Büro von Julius Kunert jun. prägt gestalterisch das Kunert-Kabinett. Dass selbst noch das spätere Aktienunternehmen dieses Büro nach dem Tod des langjährigen Firmenpatriarchen Julius Kunert noch einige Jahre

28 Vgl. Vogel, Rudolf: Die Industrie. In: Ders. (Hg.): Immenstadt im Allgäu. Landschaft, Geschichte, Gesellschaft, Wirtschaft, kulturelles und religiöses Leben im Lauf der Jahrhunderte, Immenstadt 1996, S. 343-368, hier S. 365-367; Jetschgo, Johannes: Skoda, Gablonz, Budweiser & Co. Neuer Glanz auf alten Marken. Österreichs industrieller Nachbarschaft, Wien u.a. 2001, S. 233-241.

29 Zitiert nach dem Zeitzeugeninterview mit Rainer Michel vom 6. März 2013 (Film und Transkript, tim).

unangetastet ließ, um danach sämtliche Möbel und Einrichtungsgegenstände säuberlich verpackt aufzubewahren, zeugt von einer gewissen Pietät gegenüber der Leistung einer Unternehmerpersönlichkeit, deren Name in der Marke ja noch fortlebt. Als Neffe von Julius Kunert jun. lässt Rainer Michel in seiner persönlichen Erinnerung, dokumentiert in einem Zeitzeugeninterview, das Gedächtnis an seinen prägenden Onkel lebendig werden. Das wird das schlichte Ensemble aus Möbeln der 1950er Jahre als einen Ort präsentieren, von dem aus das global agierende Unternehmen über Jahrzehnte seine Geschäfte steuerte. Teile dieses Ensembles bleiben in Plastikfolie verpackt, wie sie von dem Aktienunternehmen eingelagert worden sind. Dies verweist darauf, wie die Aktiengesellschaft die Erinnerung an das Familienunternehmen zu wahren versuchte, das gleichwohl in eine Distanz hinein verblasste.



Abb. 3: “Chinchilla“, Strümpfe aus Chinchillan von Kunert, 1967

Quelle: Förderverein zur Pflege der Geschichte der deutschen Strumpfindustrie

Die Falkes – Vom nationalen Strumpfersteller zur internationalen Mode-Marke

Der Erfolg des 1895 im sauerländischen Schmollenberg gegründeten Unternehmens Falke stellte sich erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ein.³⁰ Mit dem Kauf der Uhli-Feinstrumpfwirke 1958 erwarb Falke die Lizenz, für das international bekannte Modeunternehmen Christian Dior Damenfeinstrümpfe zu fertigen. Die Liste der Markenlizenzen, für die Falke auch in anderen Geschäftsfeldern produzierte, umfasst eine Reihe internationaler Top-Designer und -Marken wie z.B. Yves Saint Laurent oder Kenzo. Die Brüder Paul (1920-1990) und Franz-Otto Falke (*1923), die sich seit 1951 die Firmenleitung teilten, begriffen die Marke Falke nicht nur als Strumpfersteller, sondern durch ihre breitere Ausrichtung als Mode-Unternehmen. Um das hochwertige Markenbild zu entwickeln, arbeitete Falke seit Ende der 1950er Jahre mit einer Reihe Fotografen zusammen, die das Image des Unternehmens nachhaltig prägten. So sorgten etwa der international renommierte F.C. Gundlach für ein Markenprofil, das höchsten ästhetischen Ansprüchen gerecht wurde (Abb. 4).³¹ Für kurze Zeit – von 1977 bis 1979 – stellte sich auch Helmuth Newton in den fotografischen Dienst von Falke. Beide Fotografen erschufen ein Markenbild, das von Internationalität zeugte. Aufwändige Werbe-Kampagnen trieben in den Folgejahren die Internationalisierung wie auch die Emotionalisierung der Marke voran. Hierbei ragt insbesondere die von dem schottischen Star-Fotografen Albert Watson verantwortete Kampagne von 1997 heraus, die in eindringlichen Schwarz-Weiß-Fotos eine global verständliche Werbesprache entwarf (Abb. 5):³² „Mode für moderne Menschen“³³. Trotz aller Internationalisierung operiert Falke noch heute von Schmollenberg aus, einer sauerländischen Kleinstadt, in der das Unternehmen noch einen bedeutenden Produktionsstandort unterhält.

30 Vgl. zum historischen Kontext: Nölting, Claudia: Von Menschen, Maschen und Maschinen. Eine bilderreiche Geschichte der Sauerländer Strümpfe, Schmollenberg-Holthausen 1995.

31 Vgl. zu Gundlach: Honnef, Laus, Koetzle, Hans-Michael (Hg.): F.C. Gundlach. Das fotografische Werk, Göttingen 2008.

32 Vgl. Falke seen by Albert Watson, o.O 1997.

33 Zitiert nach Zitiert nach dem Zeitzeugeninterview mit Franz-Peter Falke vom 20. März 2013 (Film und Transkript, tim).



Abb. 4: Falke Farben, Werbemotiv, 1973.

Quelle: Falke Gruppe



Abb. 5: Anzeigenmotiv von Falke, Albert Watson (*1942), 1997

Quelle: Falke Gruppe

Gestalterisch beherrschen die ästhetisch ebenso eindrucksvollen wie inszenierten Werbefotografien der oben genannten Starfotografen das Falke-Kabinett. Um die Bedeutung der ästhetischen Werbefotografie für die Marke Falke vor Augen zu führen, wird der zentrale Blickfang des betreffenden Kabinetts ein überlebensgroßes Photo eines ästhetisch perfekt inszenierten weiblichen Modells sein, das – mit verschränkten Beinen auf dem Boden sitzend, wodurch es geschickt seine Nacktheit verdeckt – einen Strumpf mit dem bezeichnenden Namen „Pure Shine“ trägt. Dieses so ins Bild gesetzte Modell, das narrativer Kontexte völlig entkleidet ist, erscheint als geradezu ideale Projektionsfläche werblicher Sehnsüchte. Um mit diesem Idealbild der Werbeästhetik zu brechen, wird das in einen Teil des Haars des Modells subtil animieren und so leicht in Bewegung versetzen, wodurch die Wahrnehmung von Schein und Sein irritiert werden soll. Hinter dem Großfoto des Modells, hinter das der Ausstellungsbesucher treten muss, verbirgt sich dann die Unternehmensgeschichte der Falkes, die mit ihrer sauerländischen Bodenständigkeit den dialektischen Gegenpol zur Internationalität der global agierenden Modemarke stellt.

Macher: Die Arbeiterschaft

Gilt es, die ‚Macher‘ in der Geschichte der deutschen Strumpfindustrie zu präsentieren, so ist neben der Würdigung der Unternehmer zugleich die große Leistung der Arbeiterschaft ins Bewusstsein zu heben, die häufig bis zu 75 Prozent aus Frauen bestand (Abb. 6). Deshalb ist im Rahmen der Augsburger Ausstellung der Sozialgeschichte der Arbeiterschaft ein eigenes Kabinett gewidmet.³⁴ Herrschte im 19. Jahrhundert noch die Heimarbeit vor, so verlagerte sich spätestens nach dem Zweiten Weltkrieg die Strumpfherstellung endgültig in die Betriebe. Bis 1970 stieg in der Bundesrepublik die Beschäftigtenzahl auf einen Höchststand von etwa 37.000 an,

³⁴ Eigene Forschungen zur Sozialgeschichte der Strumpfindustrie sind kaum vorhanden. Vgl. Gewerkschaft Textil-Bekleidung (Hg.), Dokumente zu 150 Jahren Frauenarbeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie, Düsseldorf 1981; Rinberger, Sabine: Auch Frauen können streiken. Streik in der Bischofswiesener Strumpfwirkerei Arwa 1958. In: Landesfrauenausschuss des DGB-Bayern (Hg.): „Probiern wir’s halt mit dem Weib einmal!“ Aus der Geschichte der gewerkschaftlichen Frauenpolitik in Bayern 1945 – 1995, München 2002, S. 23–26.

was allerdings nur etwa vier Prozent der damals in der Textilindustrie der Bundesrepublik tätigen Arbeitskräfte ausmachte. Auch wenn das Lohnniveau in der Strumpfindustrie nach dem Krieg deutlich anstieg, bot diese Industriebranche seit jeher eine eher gering bezahlte Beschäftigung. Gleichwohl führte seit den 1970er Jahren der zunehmende Lohndruck dazu, dass die deutschen Strumpfunternehmen, die durch Absatzkrisen und Billigimporte stark in die Defensive geraten waren, viele ihrer Arbeitsplätze ins Ausland verlagerten – falls sie nicht schlichtweg Marktanteile an ausländische Mitbewerber verloren. Bestimmten im 19. Jahrhundert durchwegs widrige Arbeitsbedingungen den Alltag der in der Strumpfproduktion Beschäftigten, half nach dem Zweiten Weltkrieg ein engmaschig sich schließendes Netz an Sozialleistungen, die Härten für die Arbeiterschaft zu mildern, die zu Beginn des 21. Jahrhunderts zahlenmäßig auf gut 6.000 Beschäftigte herab sank. So spiegelt auch die Beschäftigungssituation in der deutschen Strumpfindustrie den fundamentalen Strukturwandel wieder, den die Textilindustrie der Bundesrepublik durchlief. Hinter den nüchternen Zahlen des Niedergangs des deutschen Standorts verbergen sich zahllose menschliche Schicksale von Kurzarbeit oder gar Entlassungen – in Zeitzeugeninterviews dokumentierte Schicksale, die vor allem Frauen betrafen.



**Abb. 6: Ansicht der Ausstellungseinheit „Sozialgeschichte“
mit dem Großfoto der Kantine**

Quelle: Atelier Brückner Stuttgart 2014

Das bestimmende Raumbild des Sozialgeschichte-Kabinetts stellt eine Kantine dar, wie sie seit den 1920er Jahren in deutschen Strumpfbetrieben typisch war. In der Mitte des Raumes steht ein stilisierter Kantinentisch, der zugleich als Vitrine für originales Kantinengeschirr fungiert. Dieser Tisch lädt die Ausstellungsbesucher dazu ein, sich zu setzen, wodurch diese – idealerweise – für einen Moment Teil des sozialen Geschehens der Kantine werden. Diesen Effekt soll ein großer Spiegel ermöglichen, der das gegenüberliegende Großfoto einer zeittypischen Kantine wiedergibt, um die Besucher mitten in die Reihen der dort abgebildeten Beschäftigten hinein zu nehmen. Die umliegenden Vitrinen bieten inhaltliche Vertiefungen zu den Themen Gewerkschaft, Tarifpolitik, Arbeitskampf, Sozialfürsorge, Arbeitsschutz, Gesundheit und Arbeitsalltag. Besondere Aufmerksamkeit gilt den Beschäftigtenanteilen von Flüchtlingen, Vertriebenen und „Gastarbeitern“, die in der bundesdeutschen Strumpfindustrie der Nachkriegsgeschichte eine wichtige Rolle spielten.

Mode: Strumpfgalerie

Architektonisch gruppieren sich die sechs genannten historischen Kabinette, die mit den exemplarisch dargestellten Unternehmerdynastien, erweitert um die Sozialgeschichte der Arbeiterschaft, den Bogen von der Frühen Neuzeit in die Gegenwart schlagen, so, dass sie einen zentralen Raum bilden, der zwei weiteren Ausstellungseinheiten Platz bietet (Abb. 7). Diesen Raum fasst gestalterisch ein großes, vertikal sich durchziehendes Bildband zusammen, das nicht nur auf den Außenwänden der Kabinette verläuft, sondern diese auch miteinander verbindet. In der Anmutung eines großen Laufstegs finden sich auf diesem Band schreitende Damenbeine abgebildet, die, lediglich mit Strümpfen bekleidet, in eine Richtung laufen. Um die Dynamik dieses Bildbandes, dem mit ihrer Höhe von drei Metern eine ausdrucksstarke graphische Eindringlichkeit zukommt noch zu erhöhen, werden die schreitenden und bisweilen hintereinander gestaffelten Damenbeine an einem prominenten Wandausschnitt filmisch animiert.



Abb. 7: Entwurfsmodell zur Strumpfgalerie

Quelle: Atelier Brückner Stuttgart 2014

Das Bildband bindet erstens die sogenannte Strumpfgalerie ein, die mit zahlreichen Originalexponaten über 150 Jahre Strumpfmode vor Augen führt, vom schlichten Bauernstrumpf aus der Mitte des 19. Jahrhunderts und expressiv gemusterten Schottenstrümpfe um 1900 über originale Strümpfe der Stilikone Marlene Dietrich hin zum ersten Perlonstrumpf von 1940 der Marke Elbeo oder mit Swarovski-Steinen besetzten Strümpfen von Yves Saint Laurent aus den 1980er Jahren. Die hier gezeigten Strümpfe sollen dabei einzeln oder in Gruppen arrangiert in Rahmen präsentiert werden. Diese bewusste künstlerische Überhöhung der Exponate vermag den Blick für die besonderen ästhetischen Qualitäten der jeweiligen Strumpfmode zu schärfen. Auf Strumpfwebe aufgezogene Strümpfe in Standvitrinen ergänzen die künstlerisch angelegte Galerie, die ein weiteres ästhetisches Highlight in einer Serie farblich expressiven Modegrafiken des Künstlers Antonio Lopez erhält (Abb. 8). Zweitens schälen sich aus dem genannten Bildband immer wieder große Rahmen heraus, die schaufenstergleich den Blick auf die darin in Vitrinen präsentierten Exponatarrangements lenken. Diese sollen helfen, die Strumpfmode für fünf ausgewählte Zeitschnitte in die jeweiligen politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Zusammenhänge historisch einzuordnen – unter folgenden Titeln:

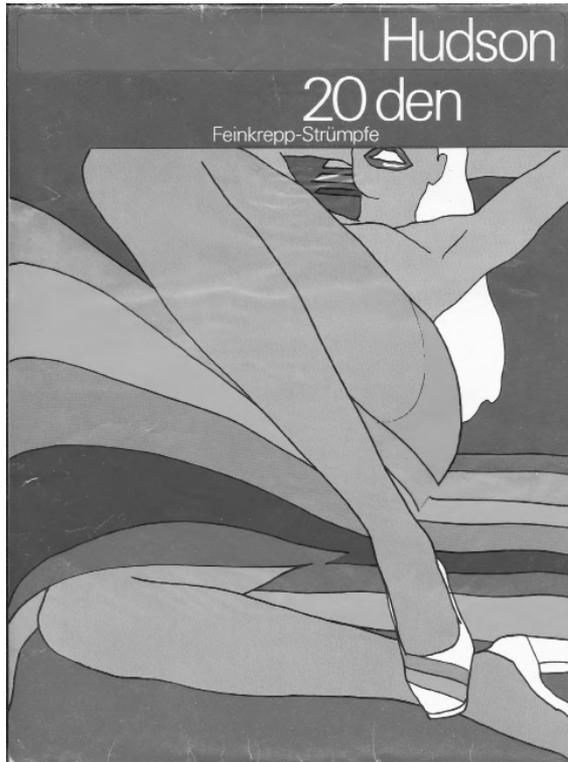


Abb. 8: Hudson Werbe- und Verpackungsmotiv von Antonio Lopez, 1968-1977

Quelle:tim

„Sittsam verhüllt – Die Strumpfmode zwischen 1850 und 1920“, „Entfesselten Beine – die 1920er Jahre“, „Miss Germany in Strümpfen – die 1950er Jahre“, „Freiheit, die man hautnah fühlt“ – die 1960er und 1970er Jahre“ und „Anything goes? Strumpfmode seit den 1980er Jahren“. Charakteristische Kostüme und Accessoires wie auch Beispiele zeittypischer Strumpfwerbung erhellen in Vereinigung mit ausgewählten Strümpfen bzw. Strumpfhosen die immer neuen modischen Formungen und damit Idealisierungen des Frauenbeins. Historische Funk- und Fernsehwerbespots transportieren dabei unmittelbar den jeweiligen Geist der Zeit. Dabei kommen wiederholt auch

öffentliche Skandale zur Sprache, die bestimmte Werbekampagnen ausgelöst haben wie etwa Palmers in den 1950er und 2000er Jahren oder auch Falke in den 1960er Jahren. Diese Skandale zeigen die Strumpfmode eindringlich im Spannungsfeld von Konsum und Moral. Den ausführlichsten Zeitschnitt bieten jedoch die 1950er Jahre, als die Strumpffirmen mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen wie die Wahl zur „Deutschen Beinkönigin“ oder die Kür zur „Miss Germany“ um die Gunst der Käuferinnen warben. Eine originale, reich bestückte Strumpftheke aus den 1950er Jahren ermöglicht, in die konsumhungrige Zeit der unmittelbaren Nachkriegsgeschichte einzutauchen, als man Strümpfe mit Laufmaschen bei speziellen Annahmestellen noch eigens zur Reparatur an brachte. Immer wieder suchen außergewöhnliche Strumpfkreationen, die Blicke des Besuchers zu überraschen wie etwa Elbeo-Strümpfe mit Brüsseler Spitze von 1910 oder Arwa-Strümpfe mit grafisch eindrucksvollen Tierdarstellungen von 1914, die großformatig Käfer oder Vögel zeigen (Abb. 10).

Maschen

Drei weitere Ausstellungsräume nehmen sich des faszinierenden Feldes der Technik- und Materialgeschichte in der Strumpfproduktion an. Während es im ersten Raum darum geht, die handbetriebenen Maschinen vorzustellen, widmet sich der zweite Raum der vollautomatischen Produktion. Ein dritter Raum bringt schließlich die Endfertigung vom Färben über die verschiedenen Qualitätsprüfungen bis zur Verpackung der Strümpfe zur Darstellung. Anhand von etwa zehn originalen Rund- und Flachstrickmaschinen – dazu kommen noch Kettel- und Nähmaschinen – lässt sich die einschlägige Technikgeschichte der letzten beiden Jahrhunderte nachvollziehen.

Ein Leitobjekt des ersten Raumes stellt ein hölzerner Wirkstuhl aus dem 19. Jahrhundert dar, in den kunstvolle Intarsien eingearbeitet sind. Im zweiten Raum findet sich unter anderem eine technikgeschichtliche Besonderheit der Augsburgsburger Industriegeschichte, nämlich eine Rundstrickmaschine der heute vor allem für die Herstellung von Industrierobotern bekannten Firma KUKA, die nach dem Zweiten Weltkrieg für wenige Jahre derartige Textilmaschinen

gefertigt hatte. Zwei hochmoderne Rundstrickmaschinen dokumentieren den technischen Stand der heutigen Zeit. Während die eine Feinstrümpfe zu fertigen in der Lage ist, stellt die andere medizinische Strümpfe her, wie sie etwa zur Behandlung von Venenkrankheiten oder lädierten Gelenkbändern notwendig sind. Die große Besonderheit dieser beiden Räume liegt darin begründet, dass die genannten Maschinen nicht lediglich gezeigt, sondern – den Anspruch eines lebendigen Museums folgend – regelmäßig vorgeführt werden. Diese Vorführung bewerkstelligen dankenswerter Weise ehrenamtliche Mitarbeiter, die in verschiedenen Positionen in der Strickindustrie ihren Lebensunterhalt verdient haben. Damit integriert die Augsburgische Schau zivilgesellschaftliches Engagement in die Ausstellung, die durch die Begegnung der Besucher mit den ehemaligen Textilarbeitern eine besondere Erfahrung von Authentizität ermöglicht. Diese ehrenamtlichen Mitarbeiter vermitteln zudem die an sich komplizierte Technik auf leicht verständliche Weise. Unterstützt werden die technischen Erklärungen durch fotografische Detailaufnahmen wie auch durch Bewegtbilder, die entscheidende Produktionsvorgänge ins Bewusstsein heben. Eine große Wandgrafik im zweiten Raum versucht, die riesenhaften Abmessungen der in Wirklichkeit über 20 Meter langen Cottenmaschinen, wie sie bis nach dem Zweiten Weltkrieg im Gebrauch waren, ein wenig erfahrbar zu machen.

Der zweite Produktionsraum schließt einen Ausflug in die Materialgeschichte von Garnen ein. Denn das verwendete Material bestimmt die Qualität, das Aussehen und die Trageeigenschaften des Strumpfes. Neben die natürlichen Rohstoffe wie Seide, Wolle oder Baumwolle werden Chemiefasern wie Kunstseide, Nylon, Perlon, Helanca, Chinchilla oder Elastan vorgestellt. Feinstrümpfe bestehen meist aus Polyamid in unterschiedlichen Zusammensetzungen. Die Chemiefasern werden heute in der Regel entweder texturiert, das heißt unter Wärme und Druck gekräuselt oder aber umwunden. Dazu wird ein Faserkern aus Elastan mit einem Garnmaterial umwickelt. Beide Verfahren erhöhen die Elastizität und verbessern die Passform des Strumpferzeugnisses. Steckbriefe stellen neun ausgewählte Fasern in ihren

besonderen Eigenschaften, Verarbeitungsmöglichkeiten, Trageeigenschaften und Warenbildern vor. Zu jedem der neun ausgewählten Garnarten findet sich ein auf ein Strumpf Bein aufgezogener Strumpf, der auch in seiner Qualität ertastet werden darf.

Der dritte Produktionsraum behandelt schließlich das Thema des Färbens, des Plastifizierens, der Fehlerreparatur und schließlich dem Sortieren und Verpacken. Lassen sich die technischen Vorgänge des Strickens und Färbens vielleicht noch aus der Alltagserfahrung heraus nachvollziehen, so dürfte der in der Herstellung eines Feinstrumpfes wesentliche Vorgang des Plastifizierens weniger bekannt sein, wodurch die Strümpfe unter Einsatz von speziellen Schablonen und heißem Dampf erst in ihre endgültige Passform gebracht werden. Bis zu den abschließenden Schritten des Sortierens und Verpackens durchlaufen die Strümpfe zahlreiche Qualitätsprüfungen, um die fehlerlose Qualität des hochsensiblen Produktes zu garantieren. Damit die Strümpfe im Herstellungsprozess möglichst unbeschädigt bleiben, ließen die Unternehmen ihren Mitarbeitern lange Zeit eine kostenlose Maniküre angebote. Es sind solcherart Geschichten, die der komplizierten Technik der Strumpfherstellung eine menschliche Note verleihen – einen „human touch“, den die Augsburger Ausstellung auch auf die Besucher zu übertragen sucht, ohne einer ungebührlichen Sozialromantik der Arbeit aufzusitzen.

Hands-On

Über den ganzen Ausstellungsparcours finden sich verschiedene Hands-On-Stationen verteilt, die die Besucher zum (lernenden) Mitmachen animieren wollen. Dabei soll der didaktisch-pädagogische Anspruch jedoch die Freude des aktiven Mitmachens keinesfalls verwehren. So dürfen Ausstellungsbesucher selbst an ausgewählten manuell zu betreibenden Strickmaschinen selbst Hand anlegen. Um ein Vielfaches vergrößerte Strick-Lieseln verdeutlichen das Prinzip des Maschenverschlingens anschaulich. Ein Garntisch führt in die vielfältige Welt der textilen Rohstoffe des Strickens und Wirkens ein: von Natur- bis hin zu Kunstfasern aller Art. Ein Leuchttisch ermuntert an anderer Stelle zur eigenen Qualitätsprüfung eines fertig gestrickten Strumpfes. Nur

das aufmerksame Auge entdeckt die typischen Fehler im Warenbild wie Laufmaschen, Fadenzieher oder Fadenbrüche. Mehr spielerischer Natur sind die interaktiven Gelegenheiten, die in die Welt von Strumpfmode und -design entführen. So können Kinder und Erwachsene mit Buntstiften eigene Strumpfmuster entwerfen. Dazu liegen eigene Papierblöcke in Strumpfform bereit. Ein weiteres Spiel lädt nach dem bekanntem Muster des Mix-Max-Spiels dazu ein, horizontal dreigeteilte menschliche Figuren unterschiedlichen Typs (z.B. Ballerina, Superman, Kimonoträgerin, Punklady, Stewardess, Clown etc.) mit passender oder unpassender Strumpfmode zu kombinieren. Ein Film sodann, der in der Trommel einer Waschmaschine gezeigt wird, löst das Rätsel, wohin in den Waschmaschinen die Socken verschwinden. Daran anknüpfend appelliert eine Socken-Single-Börse an die Kreativität und Humor der Ausstellungsbesucher, die gebeten werden, witzige Sprüche sich einfallen zu lassen, vor Ort aufzuschreiben und als Nachricht zu posten, um einen Partner für eine „einsame“ Socke zu finden.

Schein und Sein

Nachdem der Besucher die Ausstellung und damit die modische Welt des schönen Scheins durch einen Lamellenvorhang betreten hat, verlässt er ihn – an anderer Stelle – durch einen ebensolchen. Um die Wahrnehmung des Besuchers – jenseits des Körperkults von Idealmaßen – mit der Realität des Alltags zu konfrontieren, nimmt das die Ausstellung umschließende Bildband mit den schreitenden Damenbeinen gegen Ende ein neues Motiv an. Anstelle von idealisierten Modelbeinen begleiten nun bestrumpfte Frauenbeine, die gewöhnliche Durchschnittsmaße und Proportionen haben, den Besucher aus der Ausstellung und werfen ihn so auf sich selbst zurück. Diesen Realitäts-Effekt soll auf anderer Ebene eine Medienstation unterstützen, die ausgewählte YouTube-Filme bietet, in denen Frauen, die sich in ihrem normalen häuslichen Umfeld präsentieren, Stylingtipps zu Strümpfen geben. So hinterfragt und ironisiert die Ausstellung gegen Ende die Vorstellung eines dominanten Schönheitsideals mit seinen makellosen jugendlich-schlanken Beinen, das mittels emotional eindringlicher Werbung

allenthalben an unser Begehren appelliert. Ziel ist es hier, die Trennlinien von Vorstellung und Wirklichkeit, von Kunst und Natur, von Schein und Sein verschwimmen zu lassen, indem sich die Frage nach (geformter) Schönheit neu stellt. Ein fünfminütiger Film, der in einer Art Collage Strumpf-Szenen aus der Geschichte des Kinos einschließlich von Dokumentarbildern zur Wahl der deutschen Beinkönigin zeigt, treibt das Spiel von Sein und Schein ästhetisch auf die Spitze. Der zunächst irritierende Realitätseffekt, den die Ansicht heutiger Bein-Normalität erzeugt, mag sich auch einstellen, wenn der Blick sich auf vergangene Schönheiten – etwa der 1920er oder 1950er Jahre – richtet, die nicht mehr dem heutigen Schönheitsideal entsprechen.

Sinnenerkenntnis im Raum

Soweit das skizzierte Konzept der Ausstellung „Deutsche Strumpfdynastien. Maschen – Mode – Macher“, das sich im dialektischen Zusammenspiel von Inhalt und Form räumlich erschließen soll. Idealerweise funktionieren all die skizzierten Ausstellungseinheiten zusammengenommen wie ein Gesamtkunstwerk, das synästhetisch auf unterschiedlichen Ebenen kommuniziert und die Besucher aktiv involviert. So mag die Augsburgische Schau letztlich eine Kulturgeschichte der deutschen Strumpfmade aufscheinen lassen. Trotz aller medialen Vermittlungsangebote stehen die authentischen Originalobjekte im Mittelpunkt der Schau, auch wenn es geboten ist, sich vor einer übersteigerten Vorstellung von Authentizität in Acht zu nehmen. Die originalen Objekte – die, sofern es sich um Industriekultur handelt, oftmals gar keine Einzelstücke, sondern lediglich Vertreter einer Serie sind – gilt es in offenen Präsentationsformen so zu platzieren und damit zu kontextualisieren, dass sie als „epistemische Dinge“ in vielerlei Richtung ihre wahrnehmungs- und erkenntnisfördernde Wirkkraft entfalten.³⁵ Dann nämlich werden historische Exponate in die Lage versetzt, „objects of fascination, association, and endless

³⁵ Vgl. Rheinberger, Hans-Jörg: Experimentalsysteme und epistemische Dinge. Eine Geschichte der Proteinsynthese im Reagenzglas, Göttingen 2001; Ders.: Objekt und Repräsentation. In: Bettina Heintz, Jörg Huber (Hg.): Mit dem Auge denken. Strategien der Sichtbarmachung in wissenschaftlichen und virtuellen Welten, Zürich, Wien, New York 2001, S. 55-61.

consideration³⁶ zu werden, die unseren „langen Blick“³⁷ zu binden – in der Hoffnung, eine „wilde Semiose“³⁸ im Sinne einer Sinnenerkenntnis in Gang zu setzen. Denn anders als auf die Kognition bauenden Wissenschaften setzt das Museum auf die „relationship between epistemic and sensory regimes“,³⁹ die im Zusammenspiel letztlich eine historische Erkenntnis sui generis hervorzubringen vermag.

Damit eine Ausstellung jedoch die kuratorisch in sie hineingelegten Erkenntnismöglichkeiten entfalten kann, ist letztlich weit mehr als ein wissenschaftliches Konzept notwendig, das gestalterisch – hoffentlich überzeugend – umgesetzt wird. Denn das inhaltlich-gestalterische Konzept ist um ein Kommunikationskonzept zu ergänzen, das die Einladung an die breite Öffentlichkeit zum Ausstellungsbesuch auf unterschiedlichen Kommunikationskanälen ausspricht. Die Bandbreite reicht vom klassischen Flyer und Plakat über digitale Kanäle wie Website und Social Media bis hin zum Lokalfernsehen. Übereine Medienpartnerschaft werden zusätzlich Printmedien (Augsburger Allgemeine) und Hörfunk (Bayern2) aktiviert. All diese Medien sollen dazu beitragen, eine öffentliche Aufmerksamkeit zu erzeugen, welche die Ausstellung – so nach dem Wunsch der Ausstellungsmacher – auch von den Besucherzahlen her zu einem Erfolg macht.

36 Daston, Lorraine: Introduction. Sepeechless. In: Dies. (Hg.): Things that talk, New York 2004, S. 9-24, hier S. 11.

37 Vgl. Assmann, Aleida: Die Sprache der Dinge. Der lange Blick und die wilde Semiose. In: Hans Ulrich Gumbrecht, Karl Ludwig Pfeiffer (Hg.): Materialität der Kommunikation, Frankfurt/Main 1988, S. 237-251.

38 Assmann, Aleida: Die Sprache der Dinge. Der lange Blick und die wilde Semiose. In: Hans Ulrich Gumbrecht, Karl Ludwig Pfeiffer (Hg.): Materialität der Kommunikation, Frankfurt/Main 1988, S. 237-251.

39 Bennett, Tony: Pedagogic Objects, Clean Eyes, and Popular Instruction. On Sensory Regimes and Museum Didactics. In: Configurations 6 (1998), S. 345-371, hier S. 350.

Dr. Michaela Breil, studierte von 1983-1994 an der Ludwig-Maximilians-Universität München und der Universität Trier Geschichte und Germanistik; seit 2009 Sachgebietsleiterin für Textil am Staatlichen Textil- und Industriemuseum Augsburg; Kuratorin der Sonderausstellung „Deutsche Strumpfdynastien. Maschen – Mode – Macher“.

Dr. Karl Borromäus Murr, studierte Geschichte, Philosophie und Ethnologie an der Hochschule für Philosophie (München), an der Ludwig-Maximilians-Universität München, an der Oxford University, an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und an der Harvard University; seit 2009 Leiter des Staatlichen Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim); Lehrbeauftragter an der LMU München und der Universität Augsburg.

Literaturverzeichnis

- Assmann, Aleida: Die Sprache der Dinge. Der lange Blick und die wilde Semiose. In: Hans Ulrich Gumbrecht, Karl Ludwig Pfeiffer (Hg.): *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt/Main 1988, S. 237-251.
- Bennett, Tony: Pedagogic Objects, Clean Eyes, and Popular Instruction. On Sensory Regimes and Museum Didactics. In: *Configurations* 6 (1998), S. 345-371.
- Berghoff, Hartmut: *Moderne Unternehmensgeschichte*, Paderborn u.a. 2004.
- Bischoff, Johannes: Erlangen 1790 bis 1818. Studien zu einer Zeit steten Wandels und zum Ende der „Französischen Kolonie“. In: Jürgen Sandweg (Hg.), *Erlangen. Von der Strumpfer zur Siemensstadt. Beiträge zur Geschichte Erlangens vom 18. zum 20. Jahrhundert*, Erlangen 1982, S. 59-126.
- Bordo, Michael D.: Allan M. Taylor, Jeffrey G. Williamson (Hg.): *Globalization in Historical Perspective*, Chicago 2003.
- Conrad, Sebastian, Eckert, Andreas, Freitag, Ulrike (Hg.): *Globalgeschichte. Theorien, Ansätze, Themen*, Frankfurt/Main, New York 2007.
- Daston, Lorraine: Introduction. Sepeechless. In: Dies. (Hg.): *Things that talk*, New York 2004, S. 9-24.
- Dröge, Kurt, Hoffmann, Detlef (Hg.): *Museum revisited. Transdisziplinäre Perspektiven auf eine Institution im Wandel*, Bielefeld 2010.
- Eley, A. W.: *Stockings. Silk, Cotton, Rayon, Nylon*, Leicester 1953.
- Falke seen by Albert Watson, o.O 1997.
- Friederich, Christoph (Hg.): *300 Jahre Hugenottenstadt Erlangen. Vom Nutzen der Toleranz*, Erlangen 1986.
- Gesser, Susanne u.a. (Hg.): *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen*, Bielefeld 2012.
- Gewerkschaft Textil-Bekleidung (Hg.), *Dokumente zu 150 Jahren Frauenarbeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie*, Düsseldorf 1981.
- Haupt, Heinz Gerhard, Torp, Claudius (Hg.): *Die Konsumgesellschaft in Deutschland 1890 –*

1990. Ein Handbuch, Frankfurt/Main, New York 2009.
- Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hg.): Künstliche Versuchung. Nylon - Perlon - Dederon, Köln 1999.
- Honnet, Laus, Koetzle, Hans-Michael (Hg.): F.C. Gundlach. Das fotografische Werk, Göttingen 2008.
- Hünger Heinz: Strumpfmärkte im Wandel. In: Textil-Wirtschaft, Nr. 5 (01.02.1979); Nr. 11 (15.03.1979); Nr. 29 (19.07.1979); Nr. 43 (25.10.1979); Nr. 2 (10.01.1980); Nr. 24 (12.06.1980); Nr. 5 (29.01.1981); Nr. 20 (14.05.1981).
- Jahn, Joachim: Schwabmünchen. Geschichte einer schwäbischen Stadt, Schwabmünchen 1984.
- Jetschgo, Johannes: Skoda, Gablonz, Budweiser & Co. Neuer Glanz auf alten Marken. Österreichs industrieller Nachbarschaft, Wien u.a. 2001.
- Johannsen, E.H.O. u.a.: Die Geschichte der Textil-Industrie, Leipzig u.a. 1932.
- John, Hartmut, Dauschek, Anja (Hg.): Museen neu denken. Perspektiven der Kulturvermittlung und Zielgruppenarbeit, Bielefeld 2008.
- Katharina Metz, Tilo Richter, Priska Schmückle von Minckwitz: Henry van de Velde Villa Esche in Chemnitz. Ein Gesamtkunstwerk zwischen Jugendstil und Sachlichkeit, Basel u.a. 2003.
- Kolb, Barbara, Murr, Karl Borromäus: Über den Erwerb historischer Kompetenzen im Museum – Überlegungen aus der Planungspraxis des Bayerischen Textil- und Industriemuseums in Augsburg. In: Susanne Popp, Bernd Schönemann (Hg.): Historische Kompetenzen und Museen, Idstein 2009, S. 141-164.
- Kraus, Werner (Hg.): Schauplätze der Industriekultur in Bayern, Regensburg 2006.
- Louis Bahner. Elbeo-Werke 1889-1939, Oberlungwitz 1939.
- Mayerhofer-Llanes, Andrea: Die Anfänge der Kostümgeschichte. Studien zu Kostümwerken des späten 18. und des 19. Jahrhunderts im deutschen Sprachraum, München 2006.
- Mazlish, Bruce, Iriye, Akira (Hg.): The Global History Reader, New York, London 2005.
- Meyer-Schneidewind, Mechthild, Sauerbier, Ilona: Stümpfe. Mode, Markt und Marketing, Frankfurt/Main 1992.
- Mössinger, Ingrid, Metz, Katharina (Hg.): Henry van de Velde und Edvard Munch in Chemnitz, Chemnitz 2013.
- Münchner Stadtmuseum (Hg.): Beinahe. Strümpfe, Schuhe, Unterhosen aus vier Jahrhunderten, München 1990.
- Murr, Karl Borromäus: Welthandel vor Ort. Der Augsburger Baumwollimport aus den Vereinigten Staaten im 19. Jahrhundert. In: Philipp Gassert u.a. (Hg.): Amerika und Augsburg. Aneignungen und globale Verflechtungen in einer Stadt, Augsburg 2013, S. 103-155.
- Nölting, Claudia: Von Menschen, Maschen und Maschinen. Eine bilderreiche Geschichte der Sauerländer Strümpfe, Schmalleben-Holthausen 1995.
- Offermann, Peter, Tausch-Marton, Harald: Grundlagen der Maschenwarentechnologie, Leipzig 1978.
- Osterhammel, Jürgen, Petersson, Niels P. (Hg.): Geschichte der Globalisierung, München 2003.
- Osterhammel, Jürgen: Geschichtswissenschaft jenseits des Nationalstaats, Göttingen 2001.
- Plöbl, Elisabeth: Strümpfe stricken und Rosenkränze ketteln. Hausindustrie und Heimarbeit in Schwabmünchen und Umgebung. In: Walter Pötzl (Hg.): Bauern – Handwerker – Arbeiter. Beiträge zur Wirtschafts-, Sozial- und Bildungsgeschichte, Augsburg 2001, S. 173-187.
- Rheinberger, Hans-Jörg: Experimentalsysteme und epistemische Dinge. Eine Geschichte der

- Proteinsynthese im Reagenzglas, Göttingen 2001;
- Rheinberger, Hans-Jörg: Objekt und Repräsentation. In: Bettina Heintz, Jörg Huber (Hg.): Mit dem Auge denken. Strategien der Sichtbarmachung in wissenschaftlichen und virtuellen Welten, Zürich, Wien, New York 2001, S. 55-61.
- Richter, Tilo: Herbert Eugen Esche. Ein Lebensbild, Leipzig 2001.
- Rinberger, Sabine: Auch Frauen können streiken. Streik in der Bischofswiesener Strumpfwirkerei Arwa 1958. In: Landesfrauenausschuss des DGB-Bayern (Hg.): „Probiern wir's halt mit dem Weib einmal!“ Aus der Geschichte der gewerkschaftlichen Frauenpolitik in Bayern 1945 – 1995, München 2002, S. 23–26.
- Scenography. Szenografie. Making spaces talk/Narrative Räume. Projects/Projekte 2002-2010. Atelier Brückner, Ludwigsburg 2011.
- Staatliches Textil- und Industriemuseum Augsburg, LVR-Industriemuseum (Hg.): Reiz und Scham. Kleider, Körper und Dessous. 150 Jahre zwischen Anstand und Erotik, Augsburg 2011.
- Stadt Albstadt (Hg.): Menschen, Maschen und Maschinen. Die Geschichte der Maschenindustrie im Raum Albstadt, Albstadt 1996.
- Tilly, Richard: Globalisierung aus historischer Sicht und das Lernen aus der Geschichte, Köln 1999.
- Vogel, Rudolf: Die Industrie. In: Ders. (Hg.): Immenstadt im Allgäu. Landschaft, Geschichte, Gesellschaft, Wirtschaft, kulturelles und religiöses Leben im Lauf der Jahrhunderte, Immenstadt 1996, S. 343-368.
- Weber, Klaus-Peter: Die Wirkerei und Strickerei. Technologie und bindungstechnische Grundlagen, Ludwigsburg 1984.
- Wehler, Hans-Ulrich (Hg.): Deutsche Gesellschaftsgeschichte, 5 Bde., München 1987-2008.
- White, Sophie (Hg.): Dress and gender, Oxford 2005; Perkins, Wendy (Hg.): Fashioning the body politic: dress, gender, citizenship, Oxford 2002.
- Zander-Seidel, Jutta: Kleiderwechsel. Frauen-, Männer- und Kinderkleidung des 18. bis 20. Jahrhunderts, Nürnberg 2002.
- Zeitzeugeninterview mit Franz-Peter Falke vom 20. März 2013 (Film und Transkript, tim).
- Zeitzeugeninterview mit Rainer Michel vom 6. März 2013 (Film und Transkript, tim).