

Création

Ein grüner Porsche 911 rast auf den Parkplatz der *Hanro AG*, die Reifen quietschen, der Kies knirscht. Es ist 7:30 Uhr morgens. Das Auto wird nachlässig geparkt, heraus springt eine elegante Frau mit hohen Absätzen. Sie hat kaum geschlafen, am Tag zuvor war sie noch in Paris und hat die Modenschauen genauestens verfolgt. Als Chefcréatrice der Damenoberbekleidung von *Hanro* hat sie Zugang zu den meisten Défilés. Diesmal war sie überrascht: alle großen Häuser ließen ihre Mannequins in extrem kurzen Röcken und Kleidern über den Laufsteg laufen. Die Saumlänge hörte mindestens zwei Handbreit über dem Knie auf. Die Mini-Mode ist im Prêt-à-porter angelangt! Was in der subkulturellen Mode Londons und bei jungen Leuten längst zur Alltagsgarderobe gehörte, kann nun also auch die eher traditionelle Modestadt Paris nicht länger ignorieren. Dem hat sich *Hanros* Konfektion anzupassen. Undenkbar, den Kundinnen noch die alten Längen vorsetzen zu wollen. Jetzt muss sie schnell handeln.

Eigentlich steht die Frühjahrskollektion 1971 bereits, doch nun müssen die Entwürfe komplett geändert werden. In Gedanken ist die Créatrice die Prototypen schon durchgegangen. In ihrem Büro angekommen, nimmt sie sich zuerst ihre ursprünglichen Skizzen vor und ruft die Schnitttechnikerin zu sich. Sie erklärt ihr, dass die Modelle obsolet sind. In Paris sei niemand mehr mit knielangen Jupes über den Laufsteg geschickt worden. Während sie erzählt, zeichnet sie Modelle zur Veranschaulichung. Es ist eine ähnliche Linie, die Grundidee soll beibehalten werden, aber man muss die Proportionen neu definieren. Die Schnitttechnikerin ist nicht gerade begeistert bei der Aussicht, alle Schnitte neu zu berechnen, denn sie hat die Vergrößerungen schon vorgenommen. Zaghafte wirft sie ein, ob denn die Herren Handschin und Itin bereits informiert seien.

Bevor die beiden überhaupt damit beginnen können, die Modelle anzupassen, muss die Créatrice sich mit der Direktion und Marketingleitung beraten. Kurzfristig wird eine Sitzung einberufen. Die Créatrice berichtet von den Schauen in Paris, zeigt ihre neuen Skizzen. Es ist nicht leicht, die Herren davon zu überzeugen, dass auch die etwas älteren, konservativen Frauen beginnen, sich an der Mode der Jugend zu orientieren, statt umgekehrt, wie es früher üblich war. *Hanro*-Kundinnen schauen nach Paris, und wenn die Mode-Hauptstadt jetzt Minis vorgibt, braucht *Hanro* Minis im Sortiment. Es muss abgewogen werden, ob die neue Mode genügend Kundinnen anzieht. Der Marketingchef macht Prognosen, auf welchen Absatzmärkten der Mini-rock gut ankommen wird und auf welchen möglicherweise weniger. Einer der Direktoren ist skeptisch, sich zu sehr an schnelllebige Moden anzupassen. Die *Hanro*-Käuferinnen, seien wir ehrlich, sind eher etwas mollig, gibt er zu bedenken. Für die kommt die Mini-Mode doch sicher nicht infrage. Ob Akris in der kommenden Saison Miniröcke verkaufen wird?, will er wissen. Das wird das Modehaus definitiv, ist die Créatrice überzeugt. Nach einigen Diskussionen, Kalkulationen und Abwägungen erhält sie grünes Licht, schließlich obliegt ihr das letzte Wort in Sachen Modekompetenz. Allerdings gelten die

Änderungen erst einmal nur für einige Prototypen. Papier sei geduldig, aber ob die Stücke auch am Körper gut aussehen, müsse mit den Außenvertretern diskutiert werden.

Die Modelle werden provisorisch geändert, die Schnittmuster aber noch nicht angepasst. In kürzester Zeit stellt die Musternäherei in Überstunden neue Muster her. Der Marketingleiter informiert die Außenvertreter, man trifft sich im Großen Salon. Zwei Mannequins, die nur für *Hanro* arbeiten, führen die kurzen Röcke und Kleider vor. Im Haus hat es sich herumgesprochen, dass *Hanro* Minis machen will. Sind deswegen diesmal mehr Leute bei der außerplanmäßigen Musterung dabei als sonst üblich? Der Marketingchef ist immer noch nicht ganz überzeugt, er findet die Kleider viel zu kurz. Die Créatrice berät sich mit der Schnitttechnikerin am Modell. Eine der Näherinnen aus der Musternäherei wird herbeigewunken. Sie soll rasch den Saum auftrennen. Die Wirkung ist zufriedenstellend. So sind die Modelle zwar kürzer als ursprünglich, aber nicht ganz so extrem kurz wie nach der ersten Überarbeitung. Man einigt sich auf eine Rocklänge von sieben Zentimetern über dem Knie. Die Nullserien für die Vertreter werden dementsprechend angepasst. Einige Wochen später liegen die ersten Bestellungen der Detaillisten vor. Die Zahl übertrifft die Erwartungen. Die Créatrice hatte also richtig gelegen.¹⁶¹

— * —

161 Das Szenario bedient sich verschiedener Quellen. Wichtige Hinweise über die kurzfristige Kollektionsänderung erhielt ich durch das Interview mit Ulla Deifel, ehemalige langjährige Textildesignerin bei *Hanro*, durchgeführt am 24.09.2015. Bei einem zweiten Interview berichteten mir die Schnitttechnikerinnen Ruth Berger und Silvia Goy Details über ihre Zusammenarbeit mit der damaligen Chefdesignerin der Damenoberbekleidung von *Hanro* in den 1960er und 1970er Jahren. Das Interview fand am 22.10.2015 statt. Eine dritte Quelle sind die Beilagen des Instrumentariums zur Produktsortiment-Beurteilung, siehe Krüsi, „Instrumentarium zur Produktsortiment-Beurteilung“, insbesondere Beilage 25, „Kollektionserstellungsablauf“ und Beilage 60, „Übersicht über eine Kollektionserstellung“.

U nterschiedliche Auffassungen von Mode und Kleidung führten zu Discrepanzen zwischen den am Entwurfs- und Kurationsprozess beteiligten Menschen in der *Hanro AG*. Die Designerin soll und möchte „Mode machen“, das Unternehmen vor allem verkäufliche Kleidung. Mode und Kleidung hängen zusammen, sind aber nicht gleichzusetzen. Wird Mode zu Kleidung oder umgekehrt? Wann und wo „passiert“ Mode?¹⁶²

1970, rund acht Jahre, nachdem der Minirock in Mode kam, griff *Hanro* diese vestimentäre Entwicklung zögerlich auf. Es mag verwundern, dass dies so spät geschah, schließlich gilt der Minirock als Symbol weiblicher Emanzipierung und Teil der Protestbewegungen in den 1960er Jahren. Die britische Fashion-Designerin Mary Quant und der französische Haute Couture-Designer André Courrèges beanspruchten die Erfindung des Kleidungsstücks Anfang der 1960er Jahre für sich.¹⁶³ Entsprechend kann angenommen werden, dass der Minirock längst Teil der Alltagsmode und sowohl medial als auch im Straßenbild präsent war, als die *Hanro AG* mit einem Jahrzehnt Verspätung begann, kürzere Röcke und Kleider anzubieten als die bis dahin für ihre Marke üblichen Modelle. Obwohl die dominante Geschichtsschreibung über den Minirock von seiner sofortigen Ausbreitung spricht, benötigte das neue Kleidungsstück eine gewisse Zeit, um in die bürgerliche Garderobe zu gelangen.¹⁶⁴ Das Beispiel illustriert darüber hinaus sehr deutlich, dass die Industriedesignerin der *Hanro AG* auf die Prêt-à-porter-Mode in Paris reagiert und sich stark an ihr orientiert.¹⁶⁵ Modeproduktion bei *Hanro* funktioniert hier ähnlich wie Modekonsum, nämlich nach dem sogenannten *Trickle-Down-Prinzip*. Dieses aus der Soziologie stammende stratifikatorische Modell geht davon aus, dass untere Gesellschaftsschichten die Moden der höheren Gesellschaftsklassen nachahmen. Sobald eine Mode in untere Schichten „durchgesickert“ ist, greift die obere Schicht wiederum eine neue Mode auf, um sich ihrerseits nach unten abzugrenzen.¹⁶⁶ In diesem Sinne beschreibt die *Hanro AG* den Entstehungsprozess ihrer Kleidung und Mode:

162 Vgl. dazu Loschek, *Wann ist Mode?*

163 Siehe Jens Gmeiner, „Mythos Minirock. Eine Modeikone der 1960er Jahre zwischen Emanzipation, Jugend und Massenkonsum“, in *1964 – das Jahr, mit dem „68“ begann*, hg. von Robert Lorenz und Franz Walter, Studien des Göttinger Instituts für Demokratieforschung zur Geschichte politischer und gesellschaftlicher Kontroversen (Bielefeld: transcript, 2014), 101.

164 So hinterfragt etwa Viola Hofmann das stereotype Bild des Minirocks in ihrem Aufsatz „Their own teenage look? Der Minirock als Gegenstand von Jugendmode, Modeindustrie und historischer Rekonstruktion“, in *Mini & Mini. Ikonen der Popkultur zwischen Dekonstruktion und Rekonstruktion*, hg. von Jürgen Kramer, Anette Pankratz und Claus-Ulrich Viol (Bielefeld: transcript, 2015), 35–50.

165 Zum Prinzip der Prêt-à-porter-Mode siehe Ingrid Loschek, *Reclams Mode- und Kostümllexikon*, 6., erweiterte und aktualisierte Aufl. (Stuttgart: Reclam, 2011), 410–13.

166 Siehe Georg Simmel, „Die Mode (1905)“, in *Philosophische Kultur. Über das Abenteuer, die Geschlechter und die Krise der Moderne. Gesammelte Essays* (Berlin: Wagenbach, 1998), 43.

Création: Ein grosses Wort! So gross, dass wir es für uns nicht in Anspruch nehmen wollen. Dagegen sollen Sie hören, wie ein Kleid bei uns entsteht. Das Entwerfen unserer Modelle ist eine schöne Aufgabe, weil es um ästhetische Fragen und vor allem um den Menschen geht. Gerade Letztere macht uns unsere Aufgabe im Zeitalter der Maschine und des Atoms besonders lieb. Wir beobachten Tendenzen der grossen Modezentren, verarbeiten sie geistig und übersetzen die neue Linie, die immer überbetont ist – überbetont sein muss, um sich verständlich zu machen – ins Tragbare und in den Strickstoff. Hanro-Modelle können deshalb im allgemeinen etwelche Schwankungen der Mode überstehen. [...].¹⁶⁷

Das Zitat offenbart mehrere Dinge über die Auffassung der *Hanro AG* von Mode und Kleidung, aber auch über ihre Arbeitsteilung. Einerseits möchte *Hanro* ein Produkt kreieren, das beständiger ist als vermeintlich kurze Moden. Die Äußerung fällt im Zusammenhang mit dem 75-jährigen Firmenjubiläum, Tradition und Dauerhaftigkeit werden ganz bewusst in den Mittelpunkt gerückt. Andererseits wird ein notwendiger Übersetzungsprozess von Mode in Kleidung angesprochen. Nach diesem Verständnis ist Mode hypertrophisch, nicht alltagstauglich. Um sie tragbar zu machen, muss sie erst angepasst oder abgemildert werden. Insgesamt scheint hier eine ambivalente, wenn nicht sogar kulturkritische Haltung von *Hanro* gegenüber Mode hindurch.

Bemerkenswert ist ausserdem, dass in der „Wir-Form“ gesprochen wird, Entwurf und *Création* bei *Hanro* im Jahr 1959 als kollektiver Prozess begriffen werden und nicht etwa als alleinige Aufgabe der Designerin. Der Akt der *Création* spielt beim Entwerfen dennoch eine große Rolle. *Création* ist das französische Wort für Schöpfung, für eine von Gott erschaffene Welt. Doch auch im profanen Bereich der Modebranche ist die Rede von Kreationen oder „Modeschöpfungen“, wenngleich letztere vom Wortgebrauch heutzutage anachronistisch anmuten. In die Nähe göttlicher Schöpfungen möchte die *Hanro AG* ihre Kleiderentwürfe offensichtlich nicht rücken. Aber allen Behauptungen zum Trotz: der intern mündlich wie schriftlich verwendete Begriff bei *Hanro* lautete *Création*, wenn die Rede von der Entwurfsabteilung war, und die Designerin hieß *Créatrice* oder *Direktrice*. Die schweizerdeutsche Sprache kennt viele französische Ausdrücke, die statt des hochdeutschen Pendants gebräuchlich sind. Wahrscheinlicher ist aber, dass mit der Verwendung französischen Vokabulars die Nähe zu Paris als Wiege und Zentrum der Mode ausgedrückt werden sollte.

Das oben genannte Zitat stammt aus der Image-Broschüre, die die *Hanro AG* an ihre Gäste verteilte. Die Selbstdarstellung des Unternehmens zielt auf Bescheidenheit ab, was die Entstehung seiner Produkte anbelangt. Im vierten und fünften Satz werden vor dem Hintergrund der Nutzung von Atomenergie und zunehmender

167 O. A., „Kleines Hanro ABC“.

Automatisierung die humanistischen Absichten betont, die die Herstellung von Kleidern begleiten: Kleidung ist von Menschen für Menschen, nicht von Automaten. Diese Aussage muss allerdings hinterfragt werden angesichts industrieller Entwurfs- und Herstellungsmethoden, die ohne Maschinen nicht auskommen. Die Entwürfe schließlich sind nicht für individuelle Menschen maßgeschneidert, sondern müssen einer anonymen Käuferschicht nach standardisierten Größen passen.

Während heute Mode als kreative Praxis überwiegend im urbanen Raum verortet wird,¹⁶⁸ galt früher das Atelier des Modeschöpfers als Ort kreativen Schaffens, auch die firmeninterne Namensgebung *Création* deutet dies an. Darin schwingt die Vorstellung mit, dass in dieser Abteilung der *Hanro AG* nicht nur die Entwürfe entstanden, sondern auch Neues entwickelt wurde. Die These, dass dort der Entwurf seinen Ursprung hat, soll in diesem Kapitel untersucht werden. Somit bildet dieser Raum in der Fabrik den Auftakt der Untersuchung des Entwurfsgefüges. *Création* steht aber nicht nur für den Ort und gestalterischen Akt, sondern auch für das Entwurfsergebnis, das traditionell eng mit dem Namen eines Modeschöpfers verbunden ist. So erhielten im 19. Jahrhundert die Modekreationen von Charles Frederick Worth erstmals Etiketten mit seinem Namen, um sie als künstlerisches Ergebnis einer Einzelperson zu markieren.¹⁶⁹ Im Jahre 1948 vertrat die Redaktion der Schweizer Frauenzeitschrift *Annabelle* die Meinung, „Mode ist Männersache. Sie entwerfen und zeichnen sie. Männer sehen die grossen Linien, auf die es ankommt, stellen die Farben zusammen, die sich vertragen, wissen, dass man Kordsamt nur senkrecht schneiden und Surrah nicht plissieren dürfe.“¹⁷⁰ Eine klare Trennung wird in dem Artikel vollzogen: Männer machen Mode, Frauen tragen sie.

Im Gegensatz zu namhaften (männlichen) Haute-Couture-Designern thematisiert das Kapitel die Arbeitsbiografien von drei bislang anonymen Designerinnen, die zu unterschiedlichen Zeiten für *Hanro* gearbeitet haben. Dabei werden Werdegang und Arbeitsweisen betrachtet, ohne jedoch Kausalitäten zwischen Leben und Werk der Designerin herzustellen. Vielmehr stehen die Entwurfspraktiken und Entwurfsspuren im Vordergrund. Die *Création* von *Hanro* ist – mit zeitweiliger Ausnahme der Reklameabteilung – die einzige Abteilung, in der die Leitung weiblich war. Welche Rolle nahm die Designerin im Entwurfsgefüge ein? Welchen Einfluss hatte sie auf das bei der *Hanro AG* herrschende Verständnis von Kleidung und Mode?

168 Siehe Monica Titton, „Mode“, in *Der Kreativitätskomplex. Ein Vademecum der Gegenwartsgesellschaft*, hg. von Timon Beyes und Jörg Metelmann, Kulturen der Gesellschaft (Bielefeld: transcript, 2018), 179–84.

169 Siehe Barbara Schmelzer-Ziringer, *Mode Design Theorie* (Wien: Böhlau, 2015), 68.

170 Susanne N. N., „Mode ist Männersache. Interview mit Peter Kriesemer, dem Mann, der hinter Danaya steht“, *Annabelle*, Dezember (1948): o. S. Für den Hinweis auf diesen Artikel danke ich Laura Hompesch. Der Artikel porträtiert den Direktor einer Firma namens *Danaya*, die 1946 von der *Hanro AG* ins Handelsregister eingetragen wurde. *Danaya* bestand aus fünf Boutiquen in Zürich, St. Gallen, Genf, Bern und Luzern, die hochwertige Kleidung verkaufte, darunter 40 Prozent von Hanro. Ihr Ziel war, durch Detailorganisation den Absatz von *Hanro* zu fördern. Mit dieser Aufgabe betraut wurde Peter Max Kriesemer, ein Schwager von Eric Handschin. Da die Firma jedoch Verluste schrieb, wurde sie 1956 wieder liquidiert, siehe o. A., „Die Firmengeschichte seit der Gründung im Jahre 1884 bis zum Jahre 1970“, 164f.

Welches Maß an gestalterischer Freiheit hatten die Designerinnen zu unterschiedlichen Zeiten in der *Hanro AG*?¹⁷¹ Auch wenn im Betriebsablauf bei *Hanro* von der *Créatrice* die Rede war, wird in dieser Arbeit die neutralere Verwendung der Berufsbezeichnung „Designerin“ bevorzugt.¹⁷²

Entwurfspraxis bei *Hanro*. Drei Beispiele

The good designer is the anonymous designer, [...] the one who does not stand in the way of the material; who send his products on their way to a useful life without ambitious appearance.
Anni Albers¹⁷³

Eine der ersten Quellen, die mir bei frühen Sichtungen im Archiv in die Hände fiel, war der Abdruck eines Fotos, das Madeleine Handschin im Musterzimmer am Schreibtisch zeigt, einen Bleistift in der Hand, umgeben von Stoffbahnen, Knöpfen, Skizzen und Modezeitschriften (vgl. Abb. 4). Ein inszeniertes Bild, kein Schnappschuss, abgedruckt in der Jubiläumsschrift von 1959, illustriert es den Eintritt der dritten Generation Handschin in den Familienbetrieb. Das Bild stellt eine Frau beim Entwerfen dar, aber das *Wie* bleibt der Betrachterin unzugänglich. Wie fügte sich die Arbeit der Designerin in den Produktionsablauf ein? Mit welchen Methoden, Werkzeugen und Medien arbeitete sie? Wie geschah die Übersetzung von der Idee oder dem Vorbild zum Kleidungsstück? Wie bestimmten das Arbeitsumfeld und die Fabrikinfrastruktur den Entwurf? Das Musterzimmer stellte sich im Laufe der Forschung durch Recherchen, Quellenanalysen und Gespräche als ein sehr profaner Ort heraus, der am Entwurfsprozess nicht mehr Anteil hat als andere Räume oder Abteilungen. Im Musterzimmer wurden vor allem die Textildcoupons (Stoffproben der laufenden Kollektionen) sortiert, zurechtgeschnitten und in Musterbücher geklebt, sowie die Musterkollektionen für die Vertreter bereitgestellt. Es war der Knotenpunkt zwischen *Création*, Produktion und Außenvertretung. Anfangs arbeiteten hier wohl auch die Designerinnen, aber als sich die Entwurfsabteilung in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts weiter ausdifferenzierte und vergrößerte, zogen sie in eigene Büros um.

Eine Annäherung an den kreativen Teil des Entwurfsprozesses, als der er gemeinhin gilt, muss folglich anders geschehen. Es liegt nahe, die vorgefundenen Entwurfskizzen der *Hanro*-Sammlung den Designerinnen zuzuordnen und so ihre Arbeit zu

171 In der Beantwortung dieser Fragen sieht der Designhistoriker John A. Walker eines der Hauptanliegen der Designgeschichte. Siehe Walker, *Designgeschichte*, 67.

172 Zur Begriffsgeschichte der Berufsbezeichnung „Designerin“ und „Designer“ siehe Hirdina, „Design“, 55, 58, 60.

173 Anni Albers, „Design: Anonymous and Timeless (1947)“, in *Selected Writings on Design*, von Anni Albers, hg. von Brenda Danilowitz (Hanover: Wesleyan University Press, 2000), 39.



Abb. 4 Madeleine Handschin im Musterzimmer, um 1936.

rekonstruieren. Drei dieser Designerinnen rücke ich in den Fokus: Madeleine Handschin, Beatrice Dattari und Karin Frei¹⁷⁴. Alle drei haben gemeinsam, dass sie viele Jahre für die *Hanro AG* arbeiteten. Teilweise überschritten sich ihre Anstellungen. Dennoch erlebten sie die Fabrik auf unterschiedliche Weise, sie hatten nicht die gleichen Arbeitsbedingungen, repräsentieren unterschiedliche Typen von Entwerferinnen und vertraten andere Lebens- und Arbeitsmodelle. Madeleine Handschins aktive Arbeit für den Familienbetrieb deckt sich mit der Zeit des Nationalsozialismus in Deutschland, von dem selbstverständlich auch die Schweiz nicht unberührt blieb.¹⁷⁵ Handschin erlebte die *Hanro AG* in einer schweren wirtschaftlichen Krise. Umso überraschender ist es, dass ihre Arbeit den Anfang des Aufbaus des Dameneroberbekleidungsassortiments markiert. Beatrice Dattari, nur zwei Jahre jünger als Madeleine Handschin, fing 1951 an, für *Hanro* zu arbeiten, als Handschin sich bereits in das Familienleben zurückgezogen hatte. Zu dieser Zeit begann das Unternehmen zu prosperieren, und Dattari war Teil dieses Wachstums. Sie entwarf Damenmode

174 Der Name wurde anonymisiert.

175 Siehe etwa Jean-François Bergier, Mario König und Gregor Spuhler, *Die Schweiz, der Nationalsozialismus und der Zweite Weltkrieg. Schlussbericht*, Veröffentlichungen der Unabhängigen Expertenkommission Schweiz – Zweiter Weltkrieg (Zürich: Pendo, 2002). Die *Hanro AG* litt am meisten unter der Rohstoffknappheit und wegbrechendem Absatz in kriegsführende Länder. Daneben wurde es zunehmend eine Herausforderung, geschultes Personal zu finden.

und baute damit das aus, was Handschin nur in bescheidenem Maße initiieren konnte. Karin Frei schließlich steht stellvertretend für eine neue Generation von Designerinnen. Im Gegensatz zu Handschin und Dattari entwarf Frei Unterwäsche. Ihr Arbeitsbeginn Ende der 1970er Jahre fällt in die Zeit, als gestrickte Kostüme modisch obsolet wurden und sich die Damenoberbekleidungsabteilung (DOB) auf dem Abstieg befand. Stattdessen besann sich die *Hanro AG* auf ihr ursprüngliches Kerngeschäft und konzipierte mit Karin Frei die Unterbekleidung neu.

Madeleine Handschin

Madeleine Handschin, geboren 1915, kannte die Fabrik von klein auf. Bis zu ihrem elften Lebensjahr wohnte sie mit ihren Eltern und ihrem Bruder Eric in einem Haus nahe dem Firmengelände. Ihr Vater war der Sohn des Gründers Albert Handschin. Selbst als Madeleine Handschin später eine eigene Familie gegründet hatte und nicht mehr im Betrieb arbeitete, blieb sie dort wohnen. Einen Teil ihrer Jugend, von 1926 bis 1930, verbrachte Madeleine Handschin in Bendigo (Bundesstaat Victoria), der viertgrößten Stadt Australiens.¹⁷⁶ Zur Entlastung des heimatlichen Betriebs baute Madeleines Vater Karl Handschin in Australien in Eigeninitiative das Tochterunternehmen *Hanro Bendigo Knitting Mills* auf. Ob persönliche oder betriebliche Motive dazu führten, dass die Familie bereits 1930 in die Schweiz zurückkehrte, ist nicht bekannt. Als Karl Handschin 1932 mit nur 43 Jahren starb, trat sein Sohn Eric noch im selben Jahr in den Liestaler Betrieb ein. Nach seinem Schulabschluss in Australien hatte Eric die Wirkerei-Abteilung des Technikums für Textilindustrie in Reutlingen besucht und Berufserfahrung in Mailand und Paris gesammelt.¹⁷⁷ Im Gegensatz zu ihrem zwei Jahre älteren Bruder besaß Madeleine Handschin weder die Matura noch eine Ausbildung, als sie ihm ein Jahr später im Alter von siebzehn Jahren in das Familienunternehmen folgte, um so ihre Existenz zu sichern. Sie schreibt dazu:

ich [trat] mit der Idee „Muster zu machen“ in die Hanro ein. Darunter konnte ich mir damals aber noch nichts Konkretes vorstellen. Die ersten paar Wochen verbrachte ich allein im Musterzimmer. Referenzbücher über Leibchenfassung sollten eingeordnet und beschriftet werden. So arbeitete ich mich in die neue Aufgabe ein. Man erzählte mir später, dass ich ständig englische Schlager vor mich hin summte. Der Übergang zum Ernst des Lebens kam mir etwas bitter vor.¹⁷⁸

Madeleine Handschin war die erste und einzige Frau aus dem Kreise der Gründerfamilien, die für *Hanro* arbeitete. Ihr Werdegang unterscheidet sich drastisch von dem ihres Bruders: Eric besaß eine abgeschlossene Schulbildung und durfte im

176 Bendigo liegt im Landesinnern, etwa 132 km von Melbourne entfernt.

177 Siehe o. A., „Zum Gedenken: Eric Handschin“, *Basler Zeitung*, 29. Dezember 1983.

178 Madeleine Kriesemer-Handschin, „Aller Anfang ist schwer“, *Hanro Post* 10, Nr. 3 (1966): 31.

Ausland studieren; Madeleine musste vorzeitig und unausgebildet eine Tätigkeit übernehmen, die ihr fremd war und die sie unter anderen Umständen möglicherweise nicht gewählt hätte. Welcher berufliche und soziale Weg wäre zu jener Zeit für ein junges Mädchen üblich gewesen? Wie lernte man, „Muster zu machen“?

Ein Weg war, nach Beendigung der Volksschule eine der Ausbildungsstätten zu besuchen, die sich ausschließlich an Frauen mit dem Ziel richtete, sie zu einem selbstständigen und finanziell unabhängigen Leben zu befähigen. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts entstanden in Deutschland und der Schweiz viele solcher Einrichtungen als Reaktion auf sich wandelnde soziale Verhältnisse. Die Bevölkerung zog vermehrt aus Dörfern in die Stadt. Die dortigen Arbeitsmöglichkeiten für Frauen waren jedoch nicht dieselben wie auf dem Land, weswegen neue Ausbildungsmaßnahmen getroffen wurden. In Basel gab es – als erste Einrichtung in der Schweiz – seit 1879 die Frauenarbeitsschule, gegründet von der Gesellschaft für das Gute und Gemeinnützige (GGG). Ursprünglich ins Leben gerufen, um jungen Mädchen und Frauen jeder Herkunft eine hauswirtschaftliche Bildung zu ermöglichen, teilte sich das Angebot bald in eine hauswirtschaftliche, eine gewerblich-berufliche und eine Lehrerinnenausbildung auf. Der anfänglich drei- bis sechsmonatige Besuch der Schule umfasste unterschiedlichste Fächer, darunter Kurse in der Herstellung von Kleidung, Leib- und Bettwäsche, Hand- und Maschinennähen, Glätten, Grundlagen in Buchführung und Zeichenunterricht. Die Schülerinnen im Alter von fünfzehn Jahren aufwärts sollten danach imstande sein, sowohl einen Haushalt zu führen als auch ihre eigene Existenz zu sichern.¹⁷⁹

Ein zentrales Fach der Frauenarbeitsschule war das „Kleidermachen“. „Kleidermachen“ bezeichnete damals in diesem Kontext keine Berufsausbildung, sondern in erster Linie die Herstellung von Kleidung für den eigenen Gebrauch. Dabei erlernten die Schülerinnen Maßnahmen, Musterzeichnen, Zuschneiden und Anfertigen der Kleidung nach vorgegebenen Mustern und Zeichnungen aus Journalen. Im Rückblick auf 25 Jahre Frauenarbeitsschule aus dem Jahre 1904 wird in einem Nebensatz auf eine mode- und entwurfshistorisch bemerkenswerte Problematik hingewiesen: Der Unterricht im Kleidermachen folgte keiner einheitlichen Methodik des Zuschneidens und Musterschnitts, denn offenbar pflegte jede Region und jedes Land jeweils eigene Zuschneide- und Musterschnittstechniken. In Basel wurde zunächst das sogenannte Reutlinger Modell angewandt, da die Frauenarbeitsschule in Reutlingen das Vorbild für die Basler Schule gewesen war. Dieses genügte jedoch schon bald nicht mehr dem Anspruch der Schweizer Schülerinnen, da sich deren Geschmack, wie es in der Jubiläumsschrift heißt, mehr am französischen Schnitt orientierte. Es folgten mehrere Jahre, in denen deutscher, amerikanischer und Pariser Schnitt ausprobiert wurden.¹⁸⁰

179 Siehe Carl Schmid-Linder, *Ueber Einführung von Frauenarbeitsschulen. Referat für die Jahresversammlung der Schweizerischen gemeinnützigen Gesellschaft*. 22. September 1886 in Basel (Zürich: J. Herzog, 1886), 13–15.

180 Siehe Carl Schmid-Linder, *Gründung und Entwicklung der Frauenarbeitsschule Basel. 1879–1904* (Basel: Buchdruckerei Kreis, 1904), 10.

Modische Unterschiede je nach Land spielten also auch eine Rolle bei der Ausbildung des Kleidermachens für den privaten Gebrauch. Beachtlich ist in diesem Zusammenhang die Erwähnung einer ehemaligen Schülerin, die sich nach Absolvierung der Basler Frauenarbeitsschule in New York und Paris im Kleidermachen weiter ausbilden ließ und danach als Lehrerin an die Schule zurückkehrte. Die im Ausland gewonnenen Techniken gab sie als Lehrerin an ihre Schülerinnen erfolgreich weiter. So wurden die praktischen Ergebnisse der Schülerinnen regelmäßig auf Ausstellungen gezeigt, etwa auf der Landesausstellung in Zürich 1883, mehrfach in der Gewerbeausstellung in Basel oder 1928 in der *Schweizerischen Ausstellung für Frauenarbeit* (SAFFA). Bei letzterer wurden insbesondere die Fächer Zeichnen und Entwerfen präsentiert.¹⁸¹

Die hohe Qualität der Ausbildung fand allgemein lobende Erwähnung in der Tagespresse. Zu perfekt, schmückend und ästhetisch ansprechend sollte die selbstgenähte Kleidung allerdings nach Ansicht der Schule auch nicht ausfallen. Man wollte mit der Ausbildung die „Frauenfrage“ lösen, dabei die jungen Mädchen aber nicht zu eitlen Verhalten erziehen. Denn:

Es ist bekannt, dass Frauen schöne Arbeit lieben. „Verleitet die Schule nicht zur Eitelkeit, wenn die Arbeiten so ausgeführt werden? [...]“. Mit dieser Frage wandte man sich manchmal an den Vorsteher. Reinlichkeit, Exaktheit, Freude an der Arbeit will ja die Schule pflanzen und den Geschmack bilden; das kann sie nur, wenn sie auf schöne Ausführung und guten Schnitt hält.¹⁸²

Wie im Kapitel *Foyer* erwähnt, stellte Simmel 1905 die These auf, dass Frauen sich nach den wechselnden Moden kleideten, weil dies eine der wenigen Möglichkeiten der persönlichen Entfaltung sei. Hier wird nun das Vorurteil gegenüber Frauen geschürt, dass einzig Frauen schönen Dingen – in diesem Fall Kleidung – zugeneigt seien, was zu charakterlicher Verderbtheit führen könne. Zu hohe Sorgfalt wird somit als möglicherweise moralisch anfechtbar gedeutet – in vergleichbaren Männerhandwerken dagegen dürften die Schüler kaum dazu aufgerufen worden sein, ihre Arbeit weniger exakt auszuführen, nur um nicht der Eitelkeit zu verfallen.

Neben dem Nähunterricht war der Zeichenkurs ein weiterer fester Bestandteil des Kursrepertoires. Er bestand aus geometrischem Zeichnen und Freihandzeichnen: Ersteres vermittelte Kenntnisse in der Nutzung von Zirkel, Winkel und Reißschiene sowie in der Konstruktion geometrischer Figuren, letzteres bestand aus der Erlernung und Skalierung einfacher ornamentaler Formen nach Vorlagen. Im nächsten Schritt lernten die Schülerinnen das Entwerfen vorgegebener Motive, das Blumenzeichnen, das Kolorieren von Stickvorlagen und die Übertragung der Zeichnung auf Stoff mithilfe einer Stechmaschine.¹⁸³

181 Siehe Max Fluri, *Die Basler Frauenarbeitsschule 1879–1929. Zur Feier ihres 50-jährigen Bestehens. Entstehung und Entwicklung sowie gegenwärtige Organisation* (Basel: Basler Berichtshaus, 1929), 9.

182 Carl Schmid-Linder, *Gründung und Entwicklung der Frauenarbeitsschule Basel. 1879–1904* (Basel: Buchdruckerei Kreis, 1904), 10.

183 Siehe Erziehungsrat, Hg., *Unterrichtsplan und Lehrziel der Frauenarbeitsschule Basel* (Basel, 1896), 3–5.

Strukturell wandelte sich die Frauenarbeitsschule in den 1920er und 30er Jahren in eine Frauenberufsschule. Die Schule bereitete junge Frauen nicht länger nur darauf vor, den privaten Haushalt zu führen, sondern bot vermehrt eine berufliche Ausbildung an. Dies zeigt sich etwa an der Ausdifferenzierung der Ausbildung des Kleidermachens. Es ging nicht mehr nur darum, Kleidung für den eigenen Gebrauch herzustellen, sondern um die gewerbliche Lehre der Schneiderin. Das Schneidergewerbe entwickelte sich in der Schweiz in den 1920er Jahren zur Konfektionsindustrie. Wurde fertige Kleidung zuvor eher importiert, führten Handelsbeschränkungen und Einfuhrkontingentierungen dazu, dass die Zahl der Konfektionsbetriebe in der Schweiz anwuchs.¹⁸⁴

Auf die steigende Nachfrage nach Schneiderinnen und Schneidern reagierten die Frauenschulen. Das Unterrichtsprogramm der Lehrtöchter für Damenschneiderei wurde inhaltlich erweitert und zeitlich um zwei Semester ausgedehnt. Im Schuljahr 1926/27 standen neben praktischer Arbeit, Werkzeug-, Maschinen-, Stoff- und Materialkunde erstmals auch Modezeichnen und Kostümkunde auf dem Lehrplan. „Die beiden letzten Fächer möchten die Fähigkeit des freien Gestaltens fördern und zu einem guten Geschmack in Materialauswahl und Formgebung erziehen.“¹⁸⁵ Es genügte nicht mehr, Kleidung nach Vorbildern nachzuschneiden, gefördert wurde jetzt die Entwicklung eigener Schnitte, ein Schritt in der Entwicklung des Berufsbildes Modedesign. Ab 1934 bot die Schule einen höheren Fachkurs für gelernte Damenschneiderinnen an, „der als eine Art Modeklasse die Fortbildung tüchtiger Damenschneiderinnen für gehobene Berufsstellen wie Meisterin, Atelierleiterin und Direktrice bezweckt.“¹⁸⁶

Um an dem Kurs teilnehmen zu dürfen, mussten bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein, es wurden nur „technisch, modisch und geschmacklich begabte Damenschneiderinnen aufgenommen“, die ferner über fünf Jahre Berufserfahrung verfügten.¹⁸⁷ Außer praktischen Kursen (Schnittmuster, Modelle, schneidertechnische Arbeiten) standen Farbenlehre, Modezeichnen, Kostümkunde, Materialkunde, Kunden- und Personaldienst sowie Wirtschafts- und Staatskunde, Rechtslehre, Geschäftskorrespondenz, Buchführung und Kalkulation, zudem Besuche von Webereien, Färbereien und Druckereien auf dem Lehrplan. Dieser höhere Fachkurs war nach Aussagen der Schule zu jener Zeit schweizweit einzigartig.¹⁸⁸

184 Siehe Niklaus Stettler, „Die Bekleidungsindustrie im 19. und 20. Jahrhundert“, in *Historisches Lexikon der Schweiz (HLS)*, 25. Februar 2011, <https://hls-dhs-dss.ch/articles/013971/2011-02-25/>.

185 Fluri, *Die Basler Frauenarbeitsschule 1879–1929. Zur Feier ihres 50-jährigen Bestehens. Entstehung und Entwicklung sowie gegenwärtige Organisation*, 24.

186 Max Fluri, *Eine städtische Frauenarbeitsschule einst und jetzt. Zum 60-jährigen Bestehen der Frauenarbeitsschule Basel 1879–1939* (Basel: Basler Berichthaus, 1939), 10.

187 Fluri, 10f.

188 Fluri, 11; aus Perspektive der Bildungsforschung weist der Fachkurs bereits große Ähnlichkeiten mit heutigen Lehrangeboten im Bereich Modedesign auf. Auch wenn die gegenwärtigen Ausbildungsmöglichkeiten weit ausdifferenzierter und spezialisierter sind, deckte der Fachkurs doch die drei Bereiche Design (Schnittgestaltung, Fertigungstechnik, Modegeschichte), Management (Textil- und Bekleidungslogistik, Planung, Controlling, Marketing) und Technik (Maschinenteknik, textile Prüftechnik, Veredelung, Fabrikplanung) ab, in die sich das Berufsfeld Modedesign aufteilen lässt. Siehe

Wer Kleidung entwerfen und nicht nur nachnähen wollte, lernte also zunächst den Beruf der Schneiderin, arbeitete in einem Atelier und bildete sich dann eventuell weiter fort. Madeleine Handschin hatte keine dieser Stationen durchlaufen, als sie 1933 ihre Arbeit in der Fabrik ihres verstorbenen Vaters begann. „Muster machen“ musste sie sich selbst beibringen, ebenso Mode- und Schnittzeichnen. Sie tat dies zunächst, indem sie die Modellzeichnungen der Schnitte von Damenunterhemden studierte, sortierte und in ein Heft einklebte. Bei besagten Zeichnungen handelt es sich um sehr einfache zweidimensionale, körperlose Skizzen, die mit großer Wahrscheinlichkeit von Lisel Schmid stammen. Schmid wird in der Firmenchronik namentlich als *Créatrice* für Unterbekleidung erwähnt.¹⁸⁹ Aus dem Grund brauchte es eigentlich keine zweite Designerin.

Die Tochterfirma in Australien produzierte im Gegensatz zum Hauptsitz in der Schweiz zusätzlich zu Unterwäsche auch Sport- und Oberbekleidung. Nach der Rückkehr der Familie Handschin fing bezeichnenderweise auch die *Hanro AG* in Liestal Anfang der 1930er Jahre damit an, Pullover zu stricken.¹⁹⁰ Diese Erweiterung des Sortiments markiert den Anfang der DOB bei *Hanro*, ein aus betriebswirtschaftlicher Sicht beachtlicher Schritt. 1933 befand sich die Schweizer Textilindustrie, damals vor allem eine Exportbranche, in einer wirtschaftlichen Krise.¹⁹¹ Aufgrund eines Preisverfalls der Rohstoffe auf dem Weltmarkt und der damit einhergehenden Deflation hatten die meisten Währungen an Wert verloren, die Importe in die Schweiz wurden günstiger, während die Exporte für ausländische Abnehmer zu teuer waren und kaum Absatz fanden. Der Umsatz der *Hanro AG* betrug 1932 nur noch 1.592.000 Schweizer Franken, zwei Jahre zuvor waren es noch 2.839.000 Schweizer Franken gewesen.¹⁹² Dennoch wagte die Geschäftsführung den Schritt in die Oberbekleidung. Der Vorstoß kam von Charles A. Ronus, der seit seinem Eintritt 1926 bereits einige Neuerungen im Unternehmen durchgeführt hatte. Er verlagerte beispielsweise die Vertriebswege von Grossisten auf den Detailverkauf, konzentrierte sich auf die Schweiz als Absatzmarkt, baute gleichzeitig aber auch den Export in europäischen Länder aus und entwickelte die neue Sparte der „Fantasie-Artikel“, gemeint waren damit Damenunterhemden. Die Linie der Fantasieartikel unterschied sich in Farbe, Form, Material und Technik von den bis dato üblichen Modellen (siehe Kapitel *Stricksaal*).

Charles A. Ronus glaubte offenbar an einen wirtschaftlichen Erfolg von gestrickter Oberbekleidung, obwohl diese Anfang der 1930er Jahren noch keine Konkurrenz oder

hierzu den Überblick: TarGroup Media, „Mode studieren“, 10. Juni 2019, <https://www.mode-studieren.de/infos/studienrichtungen/>; Jane E. Hegland, „Dress and Fashion Education: Design and Business“, in *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion*, Bd. 10: Global Perspectives, 10 Bde. (Oxford: Berg, 2010), 311–17.

189 Siehe o. A. [A. T.], „Die Firmengeschichte seit der Gründung im Jahre 1884 bis zum Jahre 1970“, 139. Zum Entwerfen von Serienprodukten wie dem Unterhemd und Lisel Schmid siehe Kapitel *Stricksaal* im vorliegenden Buch.

190 Siehe Kriesemer-Handschin, „Aller Anfang ist schwer“, 31.

191 Siehe Burri, *Bodywear*, 266.

192 Siehe o. A. [A. T.], „Die Firmengeschichte seit der Gründung im Jahre 1884 bis zum Jahre 1970“, 131.



Abb. 5 Blätter und Detailaufnahmen aus dem Ordner „Fantasie-Stoffe“, Nr. 2, Herbst 1937 bis Herbst 1940.

Alternative zu gewebten Kostümen darstellte.¹⁹³ Der Weg in die Strickoberbekleidung führte deswegen über Sport- und Strandmode. Hier waren elastische Maschenstoffe naheliegender. Nach drei Monaten Mustersortieren im Musterzimmer überraschte Charles A. Ronus Madeleine Handschin mit dem Auftrag, eine Kollektion Strandkleider zu entwerfen. Zu Recherchezwecken fuhren sie zusammen an die französische Riviera, denn innerhalb von nur zwei Wochen sollte eine Kollektion vorliegen.¹⁹⁴

Warum ausgerechnet die Côte d’Azur? Welche Stimmung mag dort damals geherrscht haben? „The Coast of Pleasure – Die Riviera: Legende von Luxus, Glanz, rollender Kugel, Hermelinpelz und Champagnerseligkeit.“ So beschrieben es zwei Jahre zuvor, 1931, Erika und Klaus Mann in *Das Buch von der Riviera. Was nicht im „Baedeker“ steht*.¹⁹⁵ Die Riviera galt in jenen Jahren als *das* sommerliche Reiseziel schlechthin. Die Geschwister beobachteten: „Die Frauen haben eine leichte und

193 Siehe Burri, *Bodywear*, 285f.

194 Siehe Kriesemer-Handschin, „Aller Anfang ist schwer“, 31.

195 Erika Mann und Klaus Mann, *Das Buch von der Riviera. Was nicht im „Baedeker“ steht*, Neuauflage (Hamburg: Kindler 2019 [München: Piper, 1931]), 7.

Strand und Bad 1937



HANRO
modèle 8802



HANRO
modèle 8902



HANRO
modèle 8802



HANRO
modèle 8802



HANRO
modèle 8802



HANRO
modèle 8802

... lang. wallende Mäntel
aus fließendem, weissem
oder samt geblümtem,
weichem Tricot!

es lebt das Röck-
chen, das kokette
Bodent! Abers Bade-
kleid getragen,
spielen Kontrastfar-
ben eine grosse Rolle

... Shorts, Hügel und enger,
- macht die Hüfte schlanker
und länger - spars mit
chemisch artigen, Roben
oder hochgeschlossenen
Ballons kombinieren!

... und Badkleider, am
liebsten mehrere zum
wechseln, bei im Rücken so
viel wie möglich, gerne auch
- und die Farben: hell
oder im ganzen Pastellönen,
immer lebhaft, gemustert oder
in aufeinanderstimm. Relief, usw.

Badkleider aus Nette,
Nette mit Leder, das ge-
schmeigelt: erste Platz
mit Klett!

... vom Aprikot
oder vom Rosa:
lange Mäntel, von
stark wallend, von
hohen haltem Aus-
sehen, schnell über
Badekostüme gestreift!

Originalmodelle aus der Kollektion Hanro,
stark beachtet am morgigen, sie sind
Meerbesten durch ihren eleganten,
persönlichen Aussehen. Fabrikanten:
Hansschön & Koppes a. G.
Kiel.

... und lassen über-
all lassen, zu Wasser
und zu Land, im
Nehmal, oder am Strand
lange, rauschende im
Konterschritt, oder die
praktische 3/4 Hose!

Hanro

Abb. 6 Reklameanzeige Strandmode Hanro 1937.

schöne Sommeruniform: weite Matrosenhosen, runde Mützen, breitgestreifte Trikotsweater, die die braunen Arme nackt lassen.¹⁹⁶ Diese Mode wird auch Madeleine Handschin wahrgenommen haben. Sie wird am Strand, auf der Promenade, in Restaurants, auf dem Tennisplatz oder der Pferderennbahn und im Tanzlokal die Frauen beobachtet und sich Notizen und Skizzen gemacht haben. Wie und in welchem Umfeld bewegen sich die Frauen? Welche Kleidung ist dafür angemessen und gleichzeitig leger? Wie sehen die passenden Accessoires aus, welche Farben sind beliebt? Das Resultat ihrer Reise in Form von Kleidungsstücken lässt sich heute nicht mehr eindeutig zuordnen, da die wenigen Pullover, Shorts und Strandoberteile in der Sammlung nicht exakt datiert sind. Ihre Forschungsreisen wiederholten sich noch einige Saisons lang.¹⁹⁷ Aus den zugehörigen Stoff-Ordnern, die die Fantasie-Stoffe referenzieren, lässt sich schließen, dass die Modelle sehr farbenfroh waren. Muster, bunte Streifen und maritime Motive zeichneten sie aus (vgl. Abb. 5). Was die Schnitte anbelangt, griff Handschin die Mode der „Strand-Pyjamas“ auf, die aus hemdartigen Blusen und bequemen Trikotosen bestand. Passend dazu entwarf sie kurze Mäntel, Bolerojäckchen, Shorts und kurze Röcke (vgl. Abb. 6).

Falls Madeleine Handschin auf ihren Reisen Entwurfszeichnungen anfertigte und sammelte, so wurden diese *first drafts* oder vorläufigen Entwürfe nicht im Firmenarchiv aufbewahrt. Von ihr finden sich dort immerhin drei Typen von Zeichnungen, die den Entwurf in unterschiedlichen Stadien repräsentieren. Die erste Skizzen-sammlung ist produktionstechnischer Natur, es handelt sich um Modellskizzen. Die zweite Sorte wurde für die Anmeldung des Musterschutzes erstellt. Drittens existieren noch vier Handzeichnungen, die stilistisch am ehesten als Modeentwürfe zu klassifizieren sind. Die beiden ersten Typen hatten einen Nutzen für die Produktion und Fabrik, weswegen sie archiviert wurden, während vorläufige Skizzen und Entwürfe nach der Umsetzung nicht weiter benötigt wurden und deswegen aus der Archivierungslogik herausgefallen sind. Dass überhaupt Modeentwürfe vorliegen, muss als ein glücklicher Zufall gewertet werden.

Die frühesten Modellskizzen der Oberbekleidung stammen aus der Saison 1937/38 und befinden sich in einem gebundenen Heft. Die Entwürfe sind nach Gruppen geordnet, beginnend mit lang- und kurzärmeligen Pullovern, gefolgt von sogenannten Jaquettes, Kleidern und Röcken. Diese Skizzen der ersten Jahre erinnern stark an diejenigen von Lisel Schmid, die Madeleine Handschin hatte einsortieren müssen (vgl. Abb. 7). Pro Seite sind durchschnittlich 24 Modelle rasterartig aufgelistet. Sie zeigen die Modelle von vorne, zweidimensional und zumeist einfarbig, ohne Körperumriss. Das Kleidungsstück definiert sich in diesen Zeichnungen allein über seine Vorderseite, die Rückenpartie muss gedanklich ergänzt werden. In der Realität übernimmt dies die Schnitttechnikerin.

Auffallend bei den Pullovern und Jaquettes ist die durchweg überproportioniert breite Schulterpartie, die entweder auf eine ungeübte Zeichenhand oder bereits die militärisch anmutenden Schnitte Ende der 1930er Jahre hindeutet. Da die

196 Mann und Mann, 42f.

197 Siehe Kriesemer-Handschin, „Aller Anfang ist schwer“, 31.

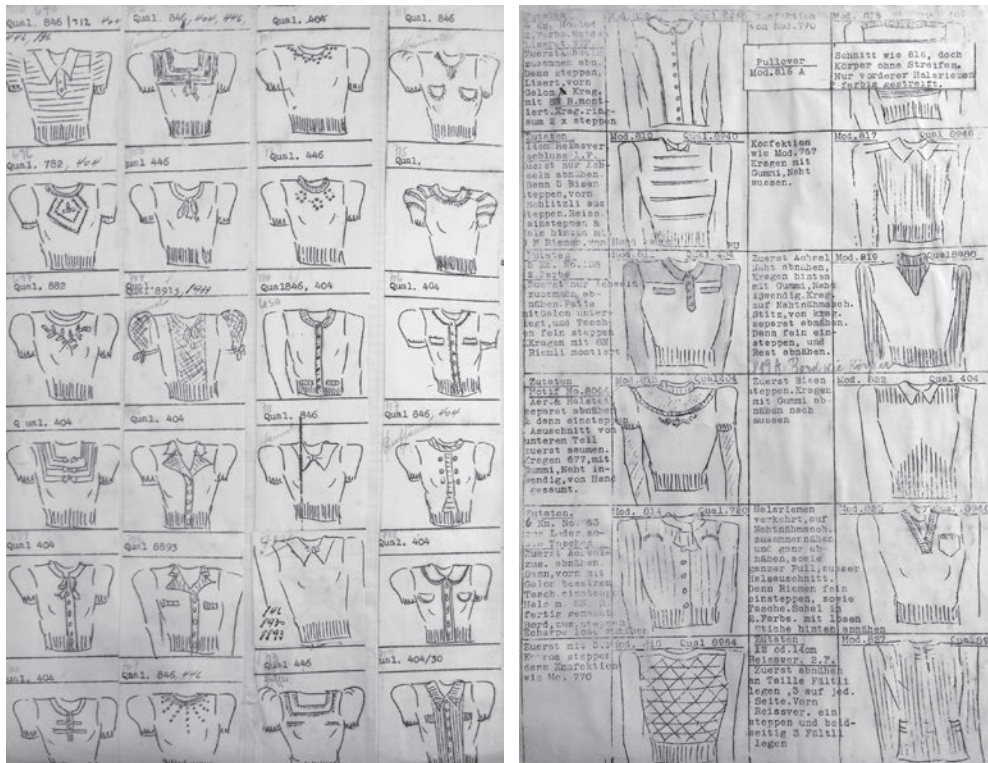


Abb. 7 Ausschnitt der Entwürfe „Pullovermodelle“ aus dem Heft „1937/38“.

Zeichnungen Qualitäts- und Modellnummern enthalten, ist davon auszugehen, dass die Entwürfe auch tatsächlich umgesetzt und produziert wurden. Es sind keine Originalzeichnungen, sondern Kopien, zum Teil nachträglich mit handschriftlichen Vermerken versehen oder mit einem Buntstift koloriert.

Diese Skizzen hatten nicht den Status von Entwürfen oder Testzeichnungen der Designerin, vielmehr erfüllten sie innerhalb des Produktionsablaufs einen ganz bestimmten Zweck. Für die Umsetzung der Strandkollektion wurden zunächst drei Näherinnen aus dem Nähsaal der Unterbekleidungsabteilung instruiert. Die Näherinnen waren bis dahin gewohnt, Unterwäsche zu konfektionieren und vielleicht noch gewobene Stoffe zu verarbeiten, falls sie ihre persönliche Kleidung ebenfalls selbst nähten. Gestrickte Oberbekleidung hingegen war ein neues Feld, das sie sich erst aneignen mussten. Einige Zeichnungen enthalten daher auch Nähanweisungen und Zutatenlisten. Die Skizzen wurden angefertigt, um den Näherinnen Orientierung und Anleitung zu geben. Wie soll der Pullover später aussehen? Aus welchem Strickstoff wird er mit welcher Naht zusammengenäht, welche Ärmelform erhält er, wie sieht der Halsauschnitt aus, wie viele Knöpfe werden angebracht, wie viele Zentimeter betragen die Nahtzugaben, welche Längen entsprechen welcher Kleidergröße? Vermutlich wurden mehrere Exemplare von ein und derselben Modellskizze angefertigt, damit sowohl die Näherin eine Zeichnung erhielt als auch

das Musterzimmer, wo die Entwürfe als Referenzen für spätere Kollektionen in Heften archiviert wurden. Auch nach der Realisierung der Kollektion waren die nötigen Daten auf diese Weise gesichert, sodass im Falle einer Wiederaufnahme eines Modells auf die Skizzen und Nähanweisungen zurückgegriffen werden konnte. Dennoch erscheinen die Angaben aus heutiger Sicht unzureichend, um daraus das Kleidungsstück reproduzieren zu können. Die Schnittmuster müssen zusätzlich aufbewahrt worden sein; heute sind sie jedoch nicht mehr vorhanden.

Als das Damenoberbekleidungssortiment größer wurde, genügten drei Näherinnen nicht mehr. Ab 1939 mietete die *Hanro AG* in Basel Räumlichkeiten an, in denen Schneiderinnen ausschließlich Kleider und Kostüme in „Ganzstückfertigung“ konfektionierten.¹⁹⁸ Obwohl die *Hanro AG* eine Fabrik war, wurde anfänglich die Oberbekleidung nicht arbeitsteilig zusammengenäht. Stattdessen fertigte immer eine Schneiderin ein Kostüm komplett an. Diese Methode stellte an sie höhere Ansprüche, da sie alle Schritte beherrschen musste. Die Fertigung geschah auf handwerklicher Basis, war zeitlich aufwendiger und dementsprechend teurer. Das daraus hervorgehende Kleidungsstück war jedoch sehr exakt und hatte eine hohe Qualität. Bei einem gemusterten Kleid wurde beispielsweise darauf Wert gelegt, dass beim Zusammennähen zweier Schnittmustererteile der Musterübergang an der Naht exakt war. Bereits hier achtete man auf eine exakte Passung, die die Naht so unsichtbar wie möglich erscheinen lassen sollte (vgl. Abb. 8).

Die zweite Sorte heute noch vorhandener Entwürfe von Handschin besteht aus Musterschutzzeichnungen, die die Kleidungsstücke weit plastischer und detaillierter abbilden. Auch in diesem Fall wurden allerdings nicht die Originale archiviert, sondern es wurden nachträglich Fotografien und Fotokopien von den Zeichnungen angefertigt und in Aktenordnern dokumentiert. Von den Kollektionen, die Handschin schuf, sind nur zwei Ordner übrig. Ein Ordner ist mit *Photos Herbst 1942* überschrieben, darin sind pro Seite vier Schwarz-Weiß-Fotografien im Hochkant-Format auf schwarze Pappe aufgeklebt, insgesamt 58 Bilder (also 58 Modelle; eine beachtliche Anzahl, bedenkt man, dass sich Europa nur wenige Kilometer von Liestal entfernt seit drei Jahren im Krieg befand). Jede Seite ist handschriftlich mit *Winter 1942/43* betitelt. Pro Foto ist ein *Hanro*-Modell von vorne abgebildet, das fast die gesamte Bildlänge einnimmt. Meist rechts davon ist das Modell noch einmal von hinten gezeichnet, aber etwa nur ein Viertel so groß wie die Vorderansicht. Links in der Bildecke ist das *Hanro*-Label hineinmontiert. In der rechten unteren Ecke steht die Art des Kleidungsstücks (Kleid, Jacke/Jupe, Keilhose, Gilet, Pullover, Frauenkleid) in Verbindung mit dem Buchstaben *L* und einer dreistelligen Nummer. Die Fotos sind aufsteigend nach diesen Nummern geordnet. Auf den letzten vier Seiten sind sechzehn *Hanro-Junior*-Modelle abgebildet, Mode für junge Mädchen (vgl. Abb. 9).

Madeleine Handschin hat bei diesen Zeichnungen ihre Kleidungsentwürfe an Figurinen dargestellt. Es sind keine Modeillustrationen, wie sie damals von George Lepape, Pierre Mourgue oder Eric aus der *Vogue* und *Harper's Bazaar* bekannt

198 Siehe o. A. [A. T.], „Die Firmengeschichte seit der Gründung im Jahre 1884 bis zum Jahre 1970“, 139.



Abb. 8 Deux-Pièces Damenkostüm, ca. 1947–1949. An den Nähten der Jacke wird deutlich, dass zwei Teile mustergerecht zusammengenäht wurden.

waren,¹⁹⁹ sie erheben auch keinen künstlerischen Anspruch. Ihr alleiniger Zweck lag darin, die Modelle als *Hanro*-Entwürfe unter Schutz zu stellen, sie wurden also aus ökonomischen und juristischen Gründen erstellt. Die visuelle Darstellung des jeweiligen Modells vermittelt Informationen über Schnitt und Design, Faltenwurf und Musterverlauf. Auch diese Zeichentechnik musste Handschin sich selbst beibringen. Sie musste lernen, Pose, Mimik, Gestik und Frisur der Figurinen zu zeichnen und zu variieren. Die Herausforderung hierbei war es, das Kleidungsstück dreidimensional erscheinen zu lassen. Im Gegensatz zu ihren fröhlichen Entwürfen der Strandkollektion sind diese maskulin, streng und nüchtern. Vergessen sind die locker sitzenden Hemdkleider, mit denen sich die Frauen in den 1920er Jahren

199 Siehe Colin McDowell, „Drawing Fashion“, in *Drawing Fashion: A Century of Fashion Illustration*, hg. von Joëlle Chariou (München: Prestel Verlag, 2010), 13.

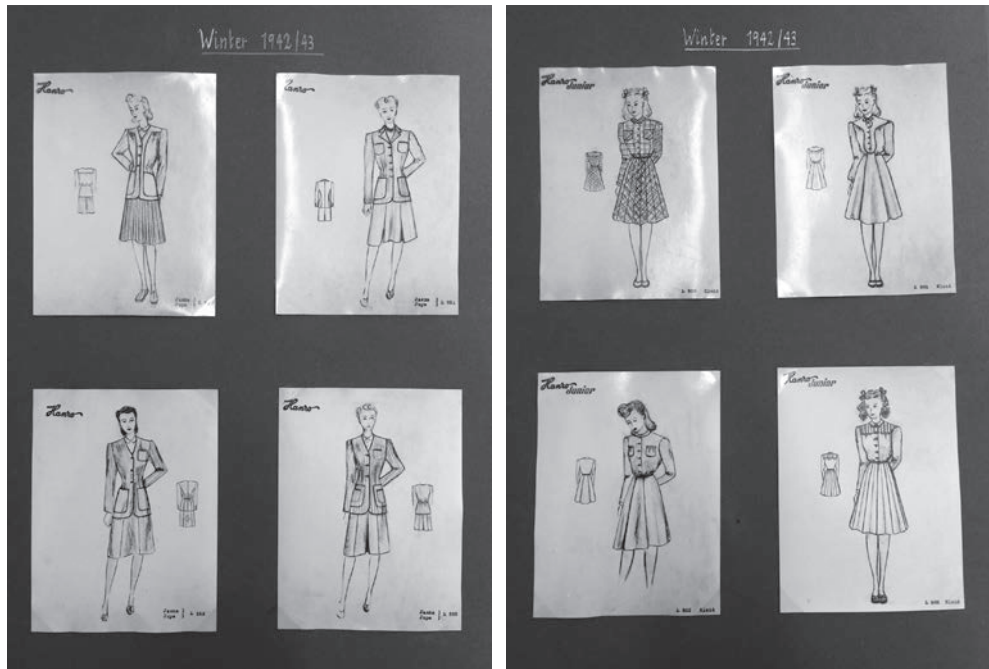


Abb. 9 a–b Seiten aus Musterschutz Herbst 1942. Rechts „Junior“-Modelle für junge Mädchen.

emanzipieren wollten. Die Taille ist wieder schmal, die Schultern werden durch Polster betont, der Faltenrock bedeckt das Knie. Von den 1920er Jahren geblieben ist lediglich die schlanke, knabenhafte Figur mit schmalen Hüften. Es sind vor allem zweiteilige Kostüme, weniger Kleider, die die Herbst/Winter-Kollektion des Jahres 1942 prägen. Die Jackenform unterscheidet sich kaum von Männerjackets; Brusttaschen, Knöpfe und Gürtel zieren manches Modell. Ansonsten lässt sich aus den einfarbigen Zeichnungen nicht auf Musterungen schließen. Unter den Modellen findet sich eine einzige Hose; die Junior-Modelle unterscheiden sich nicht wesentlich von den Entwürfen für Damen. Sie sind vor allem an Gesicht, Frisur und Pose der Figurinen erkennbar, die meist züchtig mit geschlossenen Beinen und auf dem Rücken verschränkten Armen demütig auf den Boden schauen. Handschins Figurinen weisen wenig Varianz auf, sie zeichnet den Frauentypus der 1930er Jahre: schlanke Figur, die Haare an den Seiten in Locken hochgebürstet oder im Nacken hochgenommen.²⁰⁰

Schauen wir noch kurz auf die vier Modezeichnungen (vgl. Abb. 10a–d). Sie sind jeweils auf einem DIN A4-Blatt und mit dem größten Aufwand gezeichnet. Es handelt sich um Entwürfe für drei Varianten eines weißen Tenniskleides und einen kurzärmeligen Hosenanzug für den Strand. Die mit großer Sorgfalt gezeichneten Figurinen ähneln sich auf allen Bildern in Statur, Pose, Mimik und Frisur. Ihre

²⁰⁰ Siehe Thiel, *Geschichte des Kostüms*, 402.

unrealistisch schmalen, gegürtelten Taillen stechen deutlich hervor, die Beine sind im Verhältnis zum Oberkörper überproportional lang, alle zeigen Make-up auf Augen, Lippen und Wangen und, wo die Hände zu sehen sind, auch Nagellack, die Hautflächen sind beige koloriert und die zeittypischen Lockenfrisuren farbig ausgemalt. Dass es sich bei den Zeichnungen in Abb. 10 b–d um ein Tennisdress handelt, wird dadurch unterstrichen, dass die Frauenfiguren einen Tennisschläger halten. Auf einer Zeichnung hat Handschin die Szenerie zusätzlich durch auf dem Boden liegende Tennisbälle betont. Raffiniert scheinen bei allen Modellen die Kragen- und Halsausschnitte: mal wird der Ausschnitt mit einem Knopf zugehalten, mal ziert ihn ein Bubikragen. Extravagant wirkt auch der bodenlange Strandanzug: Er ist altrosa mit feinen weißen Längsstreifen, Bügelfalten, einer Knopfleiste vom Hals bis zum Schritt, einem Tuch in der Brusttasche und einem Gürtel, der die schmale Taille betont (vgl. Abb. 11a–b).

Diese Zeichnungen sollen das Modell, den Entwurf, besonders gut zur Wirkung bringen, indem auf sehr subtile Weise eine Umwelt mitinszeniert wird. Die Figurine stellt einen sehr schlanken, sportlichen Frauentypus dar. Hier geht es nicht nur darum, eine Vorlage für die Produktion zu liefern, sondern den Status der anvisierten Käuferin darzustellen. Zeichnungen dieser Art waren möglicherweise für die Außenvertreter bestimmt. Auch wenn sie in eine künstlerische oder modische Richtung gehen, hatten sie keinen Selbstzweck, was die Zahlen auf den Blättern verraten. Modell- und Qualitätsnummern sowie Produktions- und Verkaufspreise sind darauf festgehalten.

Neben der entwerferischen Herausforderung, die die neue DOB mit sich brachte, galt es auch, die Geschäfte und Kundinnen zu überzeugen. Die Marke *Hanro* war bislang nur im Unterwäsche-Segment bekannt. Hier wirkte sich positiv aus, dass sportliche Betätigung in den 1930er Jahren bei Frauen immer wichtiger wurde und deswegen passende Kleidung aus Trikotstoff an Bedeutung gewann.²⁰¹ Das Strandkleider-Sortiment von *Hanro* verkaufte sich recht gut, die frühesten Zahlen liegen allerdings erst für das Jahr 1938 vor. Der Exportumsatz der Oberbekleidung betrug damals 280.600 Schweizer Franken.²⁰² Diese Zahlen können durchaus als Erfolg angesehen werden, jedenfalls hatten sie bereits zuvor dazu geführt, dass Madeleine Handschin zusätzlich zu der Strandkleidung passende Badeanzüge zu entwerfen hatte. Die französische Riviera war nicht nur der Ort der modischen Inspiration, sondern auch der, wo die Artikel vornehmlich verkauft wurden.²⁰³ Schwimmkleidung war damals noch aus Wolle und stellte deswegen eine besondere materialtechnische Herausforderung dar, weil sie im nassen Zustand schwer wurde, sich dehnte und nicht wieder zusammenzog. Um dieses Problem zu lösen, benötigte man ein anderes Material oder zumindest eine Materialmischung. Infrage kam vor allem *Lastex*, ein Gummi, das die *Hanro AG* von der italienischen Gummiwarenfabrik

201 Siehe Isabella Belting, „Gretchen mag’s mondän“. *Damenmode der 1930er-Jahre* (München: Hirmer Verlag, 2015), 195.

202 Siehe o. A. [A. T.], „Die Firmengeschichte seit der Gründung im Jahre 1884 bis zum Jahre 1970“, 137, 139.

203 Siehe o. A. [A. T.], 137.



Abb. 10 a-d Modeentwürfe Madeleine Handschin, undatiert, vermutlich 1939/40.



Abb. 11 a–b Skizze Strandpyjama und verwendetes Stoffmuster Qualität 8968 „Anemone/weiß“, (zweites v. u.), 1940.

Pirelli bezog.²⁰⁴ Synthetikfasern hingegen wurden erst während des zweiten Weltkrieges entwickelt und standen noch nicht zur Verfügung.

Die Verarbeitung von Garnmischungen war jedoch auf den vorhandenen Maschinen technisch kaum möglich. Wie erwähnt, nutzte man für die Herstellung der Oberbekleidung zu Beginn die vorhandene Fabrikinfrastruktur. Die Pullover- und Hosenstoffe wurden auf Jacquard-Flachstrickmaschinen gestrickt, die sehr langsam liefen und eigentlich für die Produktion von Unterwäsche konzipiert und angeschafft worden waren, das heißt für feines, leichtes Garn. Oberbekleidung hingegen erforderte einen festen Stoff, der gleichzeitig elastisch und doch formstabil war. Eric Handschin, der 1932 die technische Leitung der Fabrik übernommen hatte, arbeitete zusammen mit dem Strickmaschinenhersteller *Dubied* aus Couvet/Neuchâtel an einer Jacquard-Rundstrickmaschine, die in der Lage sein sollte, Oberbekleidungsstoff zu stricken und Garnmischungen aus Wolle und Gummi zu verarbeiten. Ab 1936 waren *Dubied* und die *Hanro AG* technisch so weit, dass erste Rundstrickmaschinen Stoffe für Badeanzüge, Kleider und Kostüme herstellen konnten. Die Maschinen liefen unter der Bezeichnung *Wevenit*, einem Kunstwort, das sich aus den englischen Verben *to weave*

204 Siehe Pirelli-Revere, „Gebrauch der Marke ‚Lastex‘“, Brief an die Firma Handschin & Ronus, 20. August 1934, Hanro-Sammlung, Archäologie und Museum Baselland.

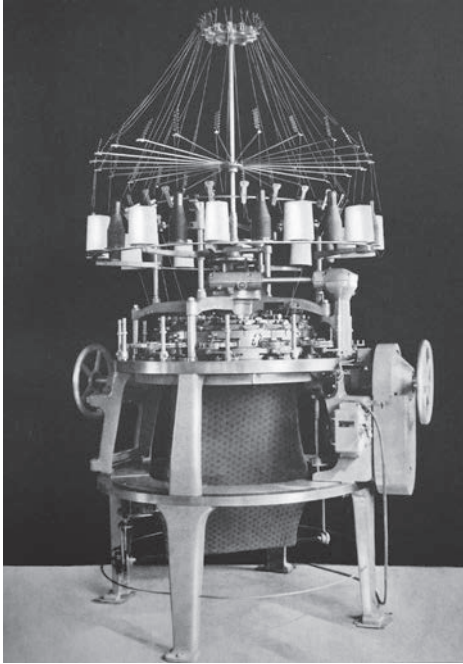


Abb. 12 Erstes Modell der Wevenit-Maschine von Dubied, o. J.

und *to knit* zusammensetzt (vgl. Abb. 12 und 13). *Wevenit*-Stoffe sind doppelflächig (sie weisen häufig verschiedenfarbige Warensseiten auf) und entstehen durch eine Webstrickbindung, die dehnungsarm ist. Die geringe Querdehnung des Gestricks wird durch Rechts-Links-Maschenreihen, Flottungen und Henkel erreicht.²⁰⁵ Die neuen *Wevenit*-Rundstrickmaschinen kamen in der DOB zum Einsatz und bildeten die Grundlage für die Produktion der folgenden rund vierzig Jahre.

Nach wenigen Jahren waren Madeleine Handschins Entwürfe auf dem Markt etabliert, und sogar die Hostessen auf der Landesausstellung 1939 in Zürich wurden von der *Hanro AG* ausgestattet. Die Produktion von Badeanzügen hingegen wurde 1940 wieder eingestellt, da kriegsbedingt der Warentransport zwischen der Schweiz und Frankreich bzw. Ägypten sowie Nord- und Südamerika zum Stillstand gekommen war und somit keine Wolle mehr in die Schweiz importiert werden konnte. Die geringe Menge an gelagerten Rohstoffen wurde für die Ober- und Unterbekleidung weiterverarbeitet.

Im Jahre der Landesausstellung heiratete Madeleine Handschin den dreizehn Jahre älteren Hans Kriesemer. Dieser stammte aus einer St. Galler Stickereifamilie und war der Schwager von Charles A. Ronus. Er hatte eine kaufmännische Lehre absolviert,

²⁰⁵ *Flottung* und *Henkel* bezeichnen zwei unterschiedliche Bindungstechniken, siehe Klaus-Peter Weber und Marcus Oliver Weber, *Wirkerei und Strickerei. Technologische und bindungstechnische Grundlagen*, 5. aktual. Aufl. (Frankfurt a. M.: Dfv Mediengruppe Fachbuch, 2008), 21, 25.

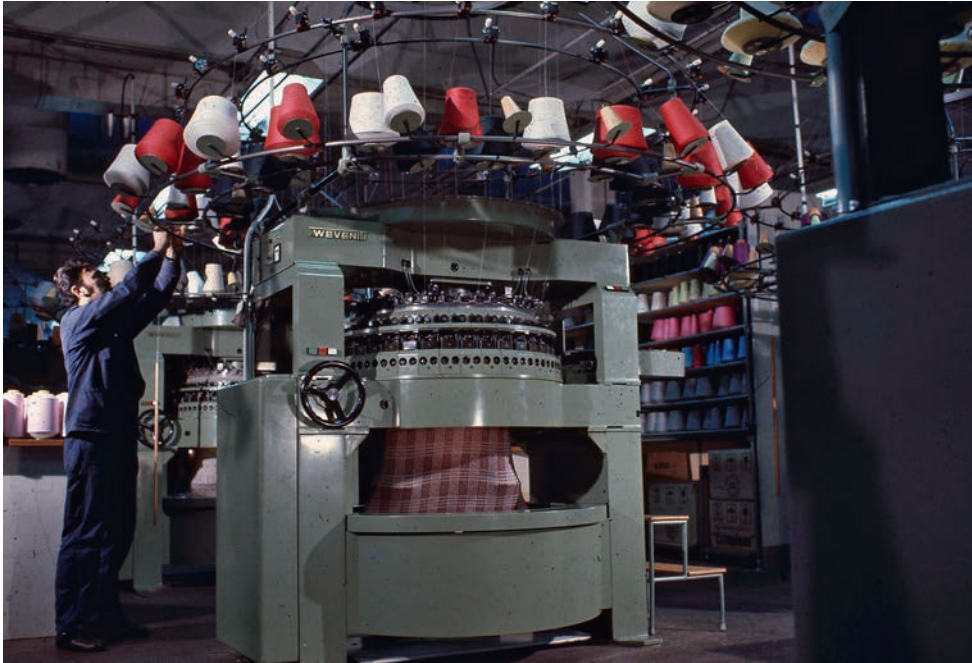


Abb. 13 Wevenit-Maschine im Einsatz in der Hanro AG, Aufnahme vermutlich Mitte der 1970er Jahre.

Arbeitserfahrung in Paris gesammelt und 1934 begonnen, in der *Hanro AG* zu arbeiten. Kriesemer leitete die Exportabteilung und wurde 1943 zum Direktor ernannt. Nach der Heirat arbeitete Madeleine Kriesemer-Handschin zunächst auch nach der Geburt ihrer ersten beiden Kinder (1940 und 1942) weiter. Erst 1945, als ihre Tochter Simone auf die Welt kam, hörte sie als Designerin auf.

Zwölf Jahre war Madeleine Kriesemer-Handschin aktiv tätig in der Fabrik, die ihr Großvater gegründet hatte. Es waren gleichzeitig die schwärzesten Zeiten des 20. Jahrhunderts in Europa. Auch auf Handschins Arbeit werden die äußeren politischen und wirtschaftlichen Umstände merklichen Einfluss gehabt haben. Dennoch ergab sich in diesem Zeitraum eine erfolgreiche Personalkonstellation zwischen ihr, ihrem Bruder Eric und Charles A. Ronus. Ronus brachte sein modisches Gespür ein, Madeleine Handschin übertrug seine Ideen und ihre Recherchen in ihre Entwürfe und Eric entwickelte die für die Produktion nötigen Maschinen. Ihren Beruf aufzugeben, muss Madeleine Kriesemer-Handschin sehr schwergefallen sein, doch gemäß der gesellschaftlichen Norm war die Rolle einer verheirateten Frau und Mutter die der Hausfrau und nicht die einer berufstätigen, unabhängigen Designerin. Sie war laut Aussagen ihrer Tochter Simone sehr ehrgeizig, eine *self-made woman*, die ihren Beruf geliebt hat.²⁰⁶ Die Tochter charakterisiert sie als kritisch, streng und

206 Dankenswerterweise hatte ich Zugang zu den Notizen eines Interviews, das im Auftrag des *Museum. BL* mit der Tochter von Madeleine Kriesemer-Handschin im Dezember 2009 geführt wurde.

anspruchsvoll. Auch nach ihrer aktiven Zeit bei *Hanro* sei sie noch häufig mit ihrer Tochter durch die Fabrik gestreift und habe Arbeiten ihrer Nachfolgerin begutachtet bzw. korrigiert. Zu Hause habe sie alle Kleider für die Kinder selbst entworfen und genäht.

Beatrice Dattari

1945 legte Madeleine Kriesemer-Handschin ihre Arbeit im Familienunternehmen nieder. Ab April 1946 arbeitete Vally Mayer als Musterschneiderin in der Damenoberbekleidung, wird in den Unterlagen aber auch als *Créatrice* geführt. Über sie konnte nicht mehr in Erfahrung gebracht werden, als dass sie am 1. Juni 1925 geboren wurde, aus dem Kanton Wallis stammte und mindestens bis 1963 in der *Hanro AG* arbeitete. Sie verdiente in der ersten Zeit 450 Schweizer Franken im Monat, 1960 waren es 960 Franken. 1963 gab sie wegen „familiärer Pflichten“ ihre Anstellung auf.²⁰⁷

1951 trat die damals 33-jährige Beatrice Dattari als neue Direktrice im Musterzimmer der Damenoberbekleidung in das Unternehmen ein.²⁰⁸ Geboren am 26. Dezember 1917 in Verona, hatte sie an der *Accademia di Belle Arti di Brera* in Mailand studiert. Danach arbeitete sie zunächst im Filmstudio *Cinecittà* nahe Rom als Kostümausstatterin für historische Filme und angeblich auch als Trickfilmzeichnerin. Sie heiratete einen Schweizer, zu dem sie ins Tessin zog. Ende der 1940er Jahre wurde ihre gemeinsame Tochter geboren. Im Tessin nahm Beatrice Dattari ein Fernstudium in Design in den USA auf. Welche Inhalte dieses Studium umfasste, ist unbekannt. Mit ihrem Diplom bewarb sie sich bei der *Hanro AG*, ließ sich scheiden und zog mit ihrer Tochter nach Basel.²⁰⁹

Auch von Beatrice Dattari existiert ein Foto, auf dem die blonde Frau am Schreibtisch sitzt und ein Modell auf DIN A3-Papier entwirft (vgl. Abb. 14). Bildaufbau und Pose ähneln dem von Madeleine Handschin. In der rechten Hand hält sie einen schwarzen Filzstift, in der linken eine Zigarette, neben ihrer Hand steht der volle Aschenbecher, liegen eine Schachtel Zigaretten und ein Feuerzeug. Der Schreibtisch ist bedeckt mit Stoffliassen, Accessoires, losen Blättern, einer Schere und Stiften. Das kreative Chaos wirkt drapiert.

Beatrice Dattaris Tochter zeichnet ein etwas klareres Bild von ihrer Mutter; sie war ihr zufolge eine moderne, unabhängige und selbstbewusste Frau, die schon Hosen trug, als diese in der Schweiz an Frauen noch ein ungewohnter Anblick waren. Aber sie war auch rastlos. Sie rauchte 30 Zigaretten pro Tag und trank

207 Siehe Handschin & Ronus AG, „Angestellten-Kontrolle“, 1962, Hanro-Sammlung, Archäologie und Museum Baselland; Vally Mayer, „Personalkarte“, o. J., Hanro-Sammlung, Archäologie und Museum Baselland.

208 Siehe Beatrice Dattari, „Personalkarte“, o. J., Hanro-Sammlung, Archäologie und Museum Baselland.
209 Die biografischen Daten und Informationen stammen von Beatrice Dattaris Tochter Emanuella Gunti, mit der die Kuratorin der Textilen Sammlungen des *Museum.BL*, Madeleine Girard, und ich ein Interview geführt haben. Siehe Emanuella Gunti, Interview, geführt von Madeleine Girard und Leonie Hässler, 29. November 2016.



Abb. 14 Beatrice Dattari zeichnend an ihrem Schreibtisch, o. J., vermutlich Anfang 1970er Jahre.

beinahe ebenso viele Tassen Kaffee. Sie arbeitete bis spät in die Nacht und kam mit drei Stunden Schlaf aus. Um sechs Uhr früh stand sie auf und ging reiten. Sie hatte zwei Hobbies, Reiten und schnelle Autos. Dass sie sich einen Porsche leistete, wurde in der wohl eher calvinistisch geprägten *Hanro AG* mit Missfallen betrachtet. Doch Madame Dattari – wie sie in den Entwurfsdokumenten und firmeninternen Mitteilungen geführt wird – erkämpfte sich viele Freiheiten. Als eine von wenigen hatte sie keine festen Präsenzzeiten, sie kam nur ins Büro, wenn es nötig war. Erste Entwürfe für eine neue Kollektion zeichnete sie ausschließlich zu Hause. Aus diesem frühen Stadium wurden keine Zeichnungen archiviert. Sie diskutierte sie anschließend mit Charles A. Ronus, dem die kreative Leitung der *Hanro AG* oblag und von dem die modischen Impulse kamen. Die beiden arbeiteten eng zusammen und verstanden sich professionell sehr gut, obwohl beide von stark ausgeprägtem Charakter waren.

Dattaris wichtigste Mitarbeiterin war eine Schnitttechnikerin. Sie überarbeitete die Skizzen, die die Designerin aus Paris von den Modenschauen mitbrachte. Dattari beurteilte ein Kleid in erster Linie über den Schnitt. Ihr kam es darauf an, den Schnitt der Pariser Modelle zu verstehen, um ihn dann für die eigene Kollektion zu übersetzen. Während die Entwurfszeichnungen von Madeleine Handschin einen sehr detaillierten und endgültigen Eindruck erwecken, merkt man bei Dattaris

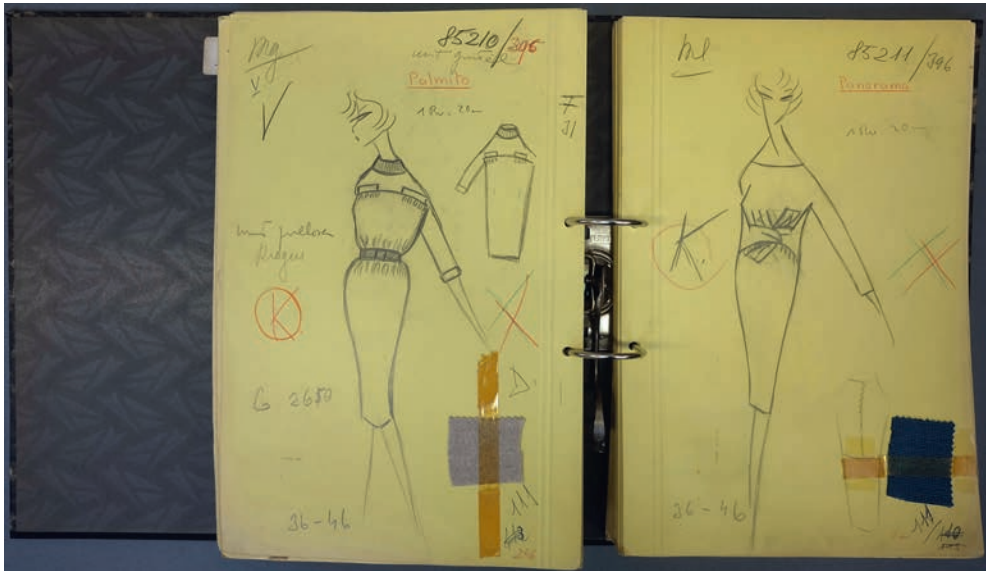


Abb. 15 Entwurfszeichnungen aus dem Ordner „Kollektion Herbst 1958“, Entwürfe: Beatrice Dattari. Beide Modelle sind aus der gleichen Stoffqualität mit Nummer 396.

Zeichnungen, dass sie mit leichtem, schnellen und doch exakten Strich skizziert wurden. Deutlich wird aber auch, dass das Entstehen einer Kollektion, ja nur eines Modells, ein längerer kollaborativer Prozess war, bei dem immer wieder geändert, verbessert oder gestrichen wurde. Hatten sie und Ronus sich einmal auf ein Modell geeinigt, zeichnete sie es erneut als Vorlage für die Schnitttechnikerin und Muster-schneiderin, die beide ihre Büros neben dem ihren hatten. Die Schnitttechnikerin war der Designerin unterstellt und dafür verantwortlich, dass aus den Entwürfen tragbare Modelle wurden. Gleichzeitig musste sie darauf achten, dass die Umsetzung der Entwürfe in den weiteren rationalen Produktionsprozess passte. Die Vorlagen von Beatrice Dattari für die Schnitttechnik wurden im Archiv aufbewahrt. Es handelt sich dabei um DIN A4-Blätter aus festem gelbem Zeichenkarton, die beidseitig benutzt wurden. Die Zeichnung eines jeden Entwurfs befindet sich im Zentrum des Blattes, um sie herum sind verschiedene schriftliche Informationen angesiedelt (vgl. Abb. 15).

Dattari zeichnete die Modelle mit einem weichen Bleistift an Figurinen, die als eine Art Leinwand dienten, an der die Entwürfe projiziert wurden. Die Figurine ist nicht realistisch dargestellt, Beine und Unterarme beispielsweise sind lediglich mit dünnen, leichten Strichen angedeutet, ebenso Kopf, Gesicht und Frisur. Die Art, wie Dattari den Kopf zeichnete – mit wenigen Strichen, Stupsnase und überdimensional großen Augen –, erinnert stilistisch an Zeichnungen für Trickfilme. Ihre Erfahrung im seriellen Zeichnen wird darin deutlich. Ähnlich wie im Trickfilm variieren die Figurinen nur minimal. Hände und Füße werden ausgespart, schließlich stand das Modell des Kleidungsstücks im Vordergrund. Durch die Andeutungen wirken die Figurinen moderner bzw. zeitloser als Handschins Frauenfiguren.

Die größere Aufmerksamkeit bei der Ausführung des Modellentwurfs legte Dattari auf Oberkörper und Taille. Die Linien sind hier verstärkt, Falten, Nähte und Taschen werden eingezeichnet, wodurch das Textile des Entwurfs zur Geltung kommt. Was hingegen vernachlässigt wird, ist das Muster des Stoffs. Dieser durchaus wichtige Bestandteil des Entwurfs, die Stoffqualität und das Strickmuster, wird nicht über die Zeichnung vermittelt, sondern über eine physische Stoffprobe, die mit einem Klebestreifen neben der Zeichnung angebracht wurde. Der zweidimensionale Entwurf wird dadurch um eine Dimension erweitert, die die Farbigkeit der sonst einfarbigen Skizze vermittelt.

Jede Zeichnung ist mit einem Fantasienamen versehen, zum Beispiel Städte- oder Frauennamen. Für die spätere Produktion sind jedoch andere Angaben entscheidend. Eigentlich definiert sich das Modell über seine fünfstellige Modellnummer (auch Callnummer genannt) und die Qualitätsnummer des Stoffs. Letztere kodiert neben der Rohstoffart auch das Modell der Strickmaschine beziehungsweise die Herstellungsart (Meterware, abgepasst gestrickt, Raschelstoffe, zugekaufte Ware). Die fünfstellige Modellnummer setzt sich aus zwei Zahlengruppen zusammen, deren Aufschlüsselung recht kompliziert ist und nicht endgültig dekodiert werden konnte. Die erste Gruppe (Stelle eins und zwei) bezeichnet die Produktgruppe (Oberteil, Unterteil, Garnituren, Hemden, Hemdhosen, Nachthemden etc.) und Ausführung (lange Ärmel, kurze Ärmel, lange Beine etc.). Die zweite Gruppe (Stelle drei bis fünf), bezeichnet Näheres zur Ausführung wie uni, Fantasiestoff, Crochette, eingezogenes Gummiband, Spickel, Büstenfaçon, V-Ausschnitt, Längsspickel, Dreiecksspickel, Verwendung von Elastics und vieles mehr. Weitere Informationen auf den Entwurfsblättern sind die Kleidergrößen, in denen das Modell produziert wird, der vorgesehene Absatzmarkt (es gab zum Beispiel Modelle, die nur auf dem US-amerikanischen Markt verkauft wurden) sowie Zutaten (Gürtel, Knöpfe).

All diese Informationen wurden handschriftlich auf dem Blatt festgehalten und stammen augenscheinlich von unterschiedlichen Menschen. In Abbildung 15 ist deutlich erkennbar, dass die Angaben in roter Schrift von einer anderen Person stammen als die in Bleistift geschriebenen. Die Zeichnung ging also nicht nur durch mehrere Hände, an ihr arbeiteten außer der Designerin mindestens auch die Schnitttechnikerin und Charles A. Ronus. Selbst in diesem Stadium des Modellentwurfs wurde noch verändert, gestrichen oder ausgetauscht. Möglicherweise erhielt Ronus die Zeichnungen zur Begutachtung und kreuzte sie an, wenn das Modell in Produktion gehen sollte; das *K* könnte für Kollektion stehen.

Wenn ein Modell, das bereits eine Modellnummer erhalten hatte, kurzfristig doch aus der Kollektion gestrichen wurde, klebte man das Blatt einfach mit der Zeichnung nach innen mit transparentem Klebeband auf eine zweite Pappe (vgl. Abb. 16a–c). Nach über 60 Jahren sind die Klebestreifen heute stark vergilbt, treten dadurch deutlich hervor und verweisen auf den nach innen gekehrten Fehlentwurf. Um ihn zu betrachten, müssen die Klebestreifen vorsichtig aufgetrennt werden.

Ein weiteres interessantes Detail betrifft die Entwürfe für Hosen und Pullover. Beatrice Dattari tat sich merklich schwerer, Hosen zu zeichnen. Sie sind weniger detailliert und flüssig als die Kostüm- und Kleiderentwürfe. Eventuell lag es daran,

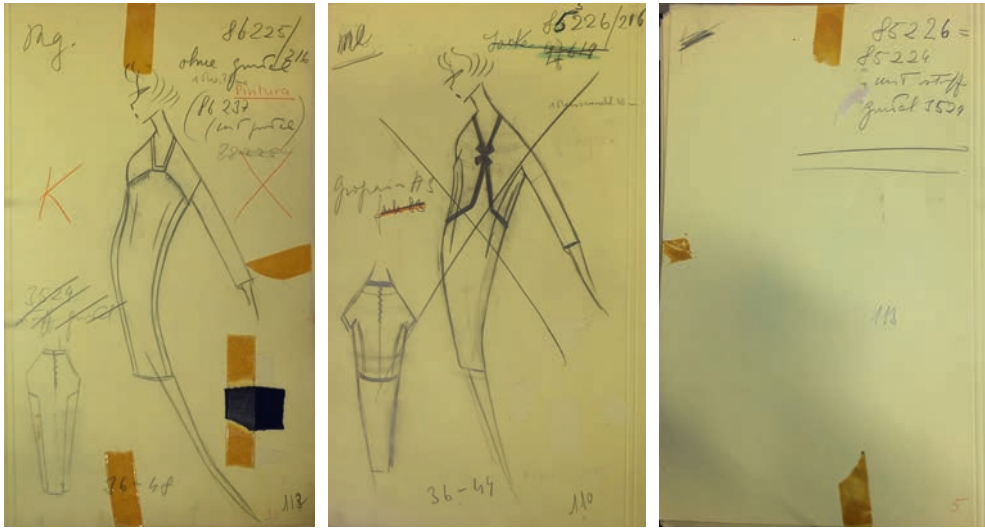


Abb. 16 a-c Beispiel eines Fehlentwurfs (Mitte). Das gestrichene Modell wird mit einer Pappe zugeklebt. Aus Herbst-Kollektion 1958.

dass sie seltener Hosen zeichnen musste – Hosen waren in den 1950er und 60er Jahren bei der weiblichen *Hanro*-Kundschaft noch nicht sehr gefragt –, und ihr fehlte schlicht die Übung. Vielfach glied sie dies aus, indem sie die Zeichnung mit Stoff beklebte, um die Visualisierung der Hose zu verbessern (vgl. Abb. 17a–f). Die Varianz bei Hosen- und Pulloverschnitten war gering. Insbesondere die Pullover variieren eher im Muster als in der Form. Daran wird jedoch deutlich, dass die Designerin nicht nur die Modellentwürfe machte, von ihr kamen auch die Vorschläge für die Stoffauswahl und die Accessoires. Sie reiste mehrmals im Jahr nach Mailand zu einem Textillieferanten und einem Knopfhersteller, die die Häuser der Haute Couture in Paris belieferten. Dort kaufte sie hochwertige Knöpfe und Webmuster ein, die sie in Liestal nachstricken ließ.

Die Ordner mit den Entwürfen sind ein visuelles Archiv, das eine interne Arbeitsgrundlage darstellte und technische Informationen für die Umsetzung der Kleidungsstücke enthielt. Dabei hatten die Zeichnungen trotz allem einen vorläufigen Charakter, wurden vielfach überschrieben, überklebt oder ausgeradiert. Nicht zu vergessen ist, dass die Skizzen damals nur einen Schritt im Entwurfs- und Produktionsprozess repräsentierten. Auf ihrer Grundlage wurden in einem nächsten Schritt erst die Schnittmuster angefertigt und im Anschluss in der Musternäherei, die sich gegenüber von Dattaris Büro im Hochbau befand, die Prototypen. Daraufhin mussten sie unter Dattaris kritischem Blick probegetragen werden, und zwar von den Hausmannequins. Dies geschah in Dattaris großzügig bemessenem Büro. Häufig musste die Linie geändert werden, wenn der Schnitt noch nicht stimmte.

In einer ersten Kollektionsvorschau begutachteten die Außenvertreter und die Direktion daraufhin die Modelle. Innerhalb kurzer Zeit bereinigte die Designerin auf Grundlage der Budgetierungen die Kollektion. Direkt nebenan saßen die



Abb. 17 a-f Entwürfe Hosen und Pullover von Beatrice Dattari. Aus Kollektion Herbst 1960 und 1958.

Schnittdirektrice, Musternäherinnen und Schnitttechnikerinnen, die rasch auf Änderungen reagieren konnten. Die Musterungsgruppe erprobte auch die Arbeitsvorgänge der Konfektion und hielt diese Zeitstudien für die Produktion fest. Es wurden erste Muster für die Vertreter-Kollektion in Auftrag gegeben. Zwei Wochen nach der ersten Kollektionsvorschau folgten eine zweite Begutachtung und etwaige Überarbeitungen, die nach rund zehn Tagen bei einer dritten Besprechung diskutiert wurden. Erst wenn die Modelle endgültig bereinigt und serienreif waren, war der Musterungsprozess abgeschlossen. Zwischen der ersten Kollektionsschau und dem Kollektionsabschluss lagen in der Regel zweieinhalb Monate. Danach erst begann



Abb. 18 Reklameanzeige für ein *Hanro*-Modell, publiziert in der Frauenzeitschrift *Elle* Nr. 11, 1. Juni 1955.

die Arbeit der Kalkulation und schließlich die Serienherstellung der Artikel, sodass insgesamt die Planung und Umsetzung einer Kollektion, bei einem Umfang von 90 Modellen und zusätzlichen Farbvariationen, ein Jahr betrug.²¹⁰

Dattaris Entwurfszeichnungen bildeten die Frauenfiguren nicht mit unrealistischen Körperproportionen ab, doch ihre Maße entsprachen der damals kleinsten Standardkonfektionsgröße, einer 36. Dementsprechend hatten die *Hanro*-Mannequins Kleidergröße 36. Die späteren Kundinnen waren hingegen häufig kräftiger gebaut und älter als die im Entwurf imaginierte Trägerin. Die Modelle wurden damals in den Größen 36 bis 46 produziert. Angezogen wirkten die Kleidungsstücke oftmals ganz anders und weniger mondän als auf dem Papier.²¹¹ Dies zeigt sich etwa an den Fotografien, die für Werbung hergestellt wurden (vgl. Abb. 18, 19). Im Kontrast mit diesen wird der ästhetische Eigenwert der nur angedeuteten Entwurfszeichnungen deutlich, die mehr Platz für Imagination bieten. Das, was Beatrice Dattari als modischen Entwurf ursprünglich konzipiert hatte, machte eine

210 Siehe Absatzleitung OKL, Product Management, „Terminplan Kollektion 1973/1“ (*Hanro AG*, 6. März 1972), *Hanro*-Sammlung, Archäologie und Museum Baselland; Marketing OKL und DR/vf, „Zielsetzungen Kollektion 73/1“.

211 So berichtet die Tochter von Beatrice Dattari, dass ihre Mutter häufig unzufrieden war, wenn sie ihre Entwürfe an einer Frau in Kleidergröße 42 oder 44 sah. Siehe Gunti, Interview.



Abb. 19 a-b Entwurf Modell „Estiva“ und Werbefotografie, Frühjahr 1958.

mediale Transformation durch, an deren Ende nicht Mode stand, sondern verkäufliche, massenkonfektionierte Kleidung.

Dattaris modische Vorbilder Ungaro, Saint Laurent und Courrèges waren Designer der Haute Couture. Da die Designerin sich durch regelmäßige Besuche von Modenschauen auf dem Laufenden hielt, welche neuen Modetendenzen sich von Paris und Mailand aus anbahnten, ist anzunehmen, dass sie eine Frau war, die in der Gegenwart lebte und sich für neue technische und kulturelle Entwicklungen interessierte. So ist denkbar, dass sie 1954 den Anstoß gab, die damals wiederentdeckte Medientechnik der Stereofotografie für Fotos der Damenoberbekleidung einzusetzen. Zwischen 1954 und 1958 produzierte die *Hanro AG* über 1000 Stereodias. Dieses Bildkonvolut stellt innerhalb der Sammlung eine wichtige visuelle Quelle über die DOB der 1950er dar, vor allem, weil die entsprechenden Kleidungsstücke verschollen sind.

Die Stereodias unterscheiden sich medienästhetisch von den üblichen Werbe- und Modefotografien jener Epoche. Sie sind in Farbe aufgenommene Diapositive und zeigen sowohl Innenräume als auch Freiluftszenen. Charakteristisch ist, dass mit einfachen Mitteln versucht wurde, eine bestimmte Szenerie darzustellen, wodurch die Bilder etwas Theatralisches an sich haben. Dies liegt daran, dass der Bildaufbau der Logik der Stereotechnik folgt. Das Mannequin und seine Requisiten sind einer imaginären Bildachse folgend gestaffelt, damit beim späteren Betrachten



Abb. 20 Stereoaufnahme eines Kostüms der Frühjahrskollektion 1956.

die Illusion räumlicher Tiefe und Dreidimensionalität geweckt wird. Das Mannequin steht etwa vor einem Automobil oder Gebäude oder neben einem Tisch. In der ausgestreckten Hand hält es ein Glas, eine Zigarette oder eine Zeitschrift. Zu seinen Füßen steht ein Koffer oder eine Pflanze (vgl. Abb. 20, 21).

Aus medienhistorischer Perspektive sind die Stereofotos ein ungewöhnlicher Fund.²¹² Die Stereotechnik kam in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auf. Übliche Motive stammten aus den Bereichen Tourismus, Architektur, Skulptur, aber auch Pornographie und später militärische Luftaufklärung,²¹³ die sich besonders für die Illusion räumlicher Darstellung eigneten. Die Stereofotografie geriet allerdings in Vergessenheit, als Analogkameras benutzerfreundlicher und preiswerter wurden. In den 1950er Jahren erlebte die Stereotechnik jedoch eine zweite Blütezeit in Form von 3D-Bewegtbildern im Kino. Die Filmindustrie versuchte, damit gegen die Konkurrenz des aufkommenden Fernsehens anzukämpfen. Stereodias hingegen fristeten ein Nischendasein als Kinderspielzeug. Umso erstaunlicher ist es, dass die *Hanro AG* eine so große Menge an Dias produzierte. Der Verwendungszweck ist nicht eindeutig geklärt, da sich über die Produktionsumstände und Verbreitungswege keine Informationen im Archiv auffinden ließen. Es gibt keinen Hinweis darüber, dass die Fotos etwa für Werbekampagnen eingesetzt wurden. Heute jedoch erweisen sie sich als

212 Zum Zusammenhang von Mode und Stereofotografie siehe ausführlicher Leonie Häslar, „Stereo Imaging in Fashion Photography: How Hollywood (May Have) Inspired a Swiss Knitting Company in the 1950s“, *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network* 11, Nr. 1 (2018): 38–55.

213 Siehe Jens Schröter, „The Transplane Image and the Future of Cinema“, in *Film in the Post-Media Age*, hg. von Ágnes Pethő (Newcastle: Cambridge Scholars, 2012), 126–31; Linda Williams, „Corporealized Observers: Visual Pornographies and the ‚Carnal Density of Vision‘“, in *Fugitive Images: From Photography to Video*, hg. von Patrice Petro (Bloomington, IN: Indiana University Press, 1995), 6–7.



Abb. 21 Stereoaufnahme einer Tunika und Hose aus der Frühjahrskollektion 1957.

eine bedeutsame Quelle, weil sie einige Jahre der Oberbekleidungskollektionen in Farbe anschaulich machen. Außerdem sind sie ein Versuch, Kleidung und Mode, die medial normalerweise nur flach und zweidimensional vermittelt werden können, durch mehr Rauminformation plastischer darzustellen. Es wäre denkbar, dass Beatrice Dattari aus ihrer Zeit bei der *Cinecittà* mit der Stereotechnik vertraut war und dass von ihr die Idee stammte, die Kollektionen experimentell in Szene zu setzen.

Fast drei Jahrzehnte kreierte Beatrice Dattari als alleinige Designerin die Damenoberbekleidung und war verantwortlich für verschiedene Linien, die die *Hanro AG* in dieser Zeit lancierte. In den 1970er Jahren wurde ihr ein junger Designer zur Seite gestellt, der für jüngere Kundinnen die Linie *Miss Hanro* entwarf. Solide Strickkleidung aus Wolle wurde jedoch immer unmoderner, pflegeleichte Webstoffe aus Synthetikfasern kamen auf den Markt.²¹⁴ Die bis dahin sehr gute Stoffqualität wurde – so paradox das klingt – zum Problem. Die Qualität rechtfertigte den hohen Preis, schließlich hielt ein solches Kleidungsstück viele Jahre. Die Mode änderte sich allerdings nun in immer kürzeren Abständen, wodurch *Hanro*-Kostüme schon bald nicht mehr zeitgemäß wirkten. Selbst treue Kundinnen wandten sich von der Marke ab.

Die Leitung der *Hanro AG*, inzwischen in Händen einer jüngeren Generation, handelte, indem sie die alternde Designerin Dattari entließ und zunächst durch jüngere beziehungsweise bekanntere Designer ersetzte, die für eine oder zwei Saisons mit *Hanro* zusammenarbeiteten. Darunter zählten Azzedine Alaïa, der in den 1980er Jahren in der Pariser Haute Couture seinen kommerziellen Durchbruch feierte, oder

214 Siehe dazu ausführlicher Regina Lee Blaszczyk, „Styling Synthetics. DuPont’s Marketing of Fabrics and Fashions in Postwar America“, *The Business History Review* 80, Nr. 3 (2006): 485–528.

auch der heute weniger bekannte Dorian Niederhauser, der für die Mode-Marke *Givenchy* entwarf. Damals nicht mitbedacht wurde, dass insbesondere Niederhauser zwar kreative, moderne Entwürfe vorlegte, aber keine Ahnung von Jersey-Stoffen hatte, sondern zugekaufte Webware verarbeiten ließ, mit der wiederum die *Hanro*-Näherinnen überfordert waren.²¹⁵ Zu den produktionstechnischen Problemen kamen die finanziellen. Die Gehälter der externen Designer waren viel höher, dementsprechend stiegen die Verkaufspreise der Kleider. Hierfür fehlte es aber an Abnehmerinnen. Weil auch diese Maßnahmen der Produkterneuerung nicht fruchteten, stellte die *Hanro AG* die Produktion der Oberbekleidung 1981 schließlich ganz ein. Damit einher ging der Verlust von 200 Arbeitsplätzen, davon betroffen waren fast ausschließlich Arbeitnehmerinnen.²¹⁶

Beatrice Dattari wurde noch vor dem Pensionsalter entlassen, arbeitete danach noch einige Zeit für ein italienisches Unternehmen und starb im Alter von 69 Jahren. Sie kann als Ausnahme-Modedesignerin bezeichnet werden. Ihr Ausbildungsweg war nicht der klassische einer Schneiderin, als sie anfangs, Kleidung für die Industrie zu entwerfen. Sie hatte sowohl eine künstlerische Ausbildung von der *Accademia di Brera* als auch eine handwerklich-industrielle aus den USA. Sie beherrschte das serielle Zeichnen (wohl dank einer früheren Tätigkeit als Trickfilmzeichnerin). In den 1950er Jahren behauptete sie sich als geschiedene und alleinerziehende Frau und Ausländerin in der Deutschschweiz und machte die Marke *Hanro* für elegante Damenoberbekleidung bekannt. Mehrere Jahrzehnte war sie allein verantwortlich für den Stil, den *Hanros* Oberbekleidung nach außen trug. Sie verdiente im Jahr 1951 monatlich 500 Schweizer Franken, im Jahr 1960 bereits 2000 Franken.²¹⁷ Zeugnisse ihrer Arbeit bestehen heute vor allem in den Ordnern mit ihren Entwurfsskizzen und den dreidimensionalen Fotografien ihrer Modellentwürfe. Nachdem sie die Firma verlassen hatte, brach die Bedeutung der Oberbekleidung weg und schuf Platz für den Ausbau des Sortiments der Tagwäsche.

Karin Frei

Obwohl Karin Frei²¹⁸ die einzige noch lebende Designerin unter den drei hier vorgestellten ist und ich mit ihr persönlich ein Interview geführt habe, blieb ihre entwerferische Arbeit für die *Hanro AG* für mich am wenigsten greifbar. Von ihr gibt es keine Entwurfszeichnungen in der Sammlung. Das liegt einerseits daran, dass sie nach eigener Auskunft keine gute (Mode-)Zeichnerin war. Andererseits interessierten sie die Entwürfe nicht mehr, sobald sie in die Produktion gingen und nicht länger in ihrer Verantwortung lagen. Zu ihrer Zeit gab es auch keine Anweisungen,

215 Diese Information erhielt ich von Anton Kraus, dem langjährigen Leiter der Abteilung Arbeitsvorbereitung, siehe Kraus, Interview.

216 Siehe o. A., „Hanro strafft Produktionsprogramm“, *Neue Zürcher Zeitung*, 20. Oktober 1981; o. A., „Hanro-Entscheid trifft Region hart“, *Tagesanzeiger*, 21. Oktober 1981.

217 Vgl. Dattari, „Personalkartei“.

218 Name von der Verfasserin geändert.

die Entwürfe zu archivieren. Nur die Resultate des Entwurfsprozesses in Form von Referenzmustern der konfektionierten Modelle wurden in der textilen Sammlung aufbewahrt.

Karin Freis beruflicher Ausbildungsweg kann im Vergleich zu Madeleine Handschin und Beatrice Dattari als der fachnächste bezeichnet werden. Sie machte in Lausanne eine Schneiderinnenlehre und besuchte danach die *École de la Chambre Syndicale de Couture Parisienne* (ECSCP, heute: *institut français de la mode, ifm Paris*), eine Privatschule des französischen Modeverbands, die 1927 gegründet wurde und die erste organisierte Modeschule Europas darstellt.²¹⁹ Die Schule galt als eine renommierte Adresse, um Mode zu studieren. Karin Frei war an Haute Couture interessiert, aber der Einstieg dort gelang ihr nicht. 1978 bewarb sie sich deswegen mit Mitte 20 auf ein Inserat der *Hanro AG*, die eine Schnittmusterzeichnerin suchte. Frei bekam die Stelle und war der Designerin für Nachtwäsche und Hauskleidung (die sogenannte *Siesta-Linie*, siehe Kapitel *Salon*) zugeordnet und übertrug deren Entwürfe. Sie fertigte Grundschnitte an und leitete daraus das Vergrößerungssystem ab. Diese Arbeiten langweilten sie jedoch nach kurzer Zeit, sie kündigte wieder und mietete sich in der Stadt Liestal ein Atelier, um dort eigene Entwürfe zu realisieren.

Ein Anruf des neu ernannten Marketingmanagers für das Sortiment *Tagwäsche Damen* holte sie 1980 zurück in den Betrieb. Der Sortimentsbereich der Unterbekleidung (UKL) galt lange Jahre in der Hierarchie der DOB unterlegen, er war weniger prestigeträchtig. Ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschrieben die beiden Bereiche DOB und UKL als zwei unterschiedliche, autark funktionierende Unternehmen unter einem Dach; Austausch zwischen den Mitarbeitenden habe es nicht gegeben. Doch mit der Damenoberbekleidung lief es bereits seit einiger Zeit nicht mehr so gut. Die Direktion, die sich mit Thomas Kriesemer, Charles und Peter Handschin inzwischen in der vierten Generation befand, engagierte externe Designer, die die Verkaufszahlen wieder steigern sollten. Diese Maßnahme zeigte jedoch keine Wirkung, kostete aber eine Menge Geld. 1981 wurde das DOB-Sortiment bis auf ein Minimalprogramm, bestehend aus wenigen Hosen-, Rock- und Pullovermodellen, zurückgestuft und dann ganz eingestellt.²²⁰

Das Augenmerk richtete sich deshalb wieder verstärkt auf die Unterbekleidung. Ein Vorteil in dieser Schwerpunktverschiebung lag darin, dass Tag- und Nachtwäsche weniger modischen Schwankungen unterliegt als Oberbekleidung. Außerdem reagiert sie auf Farbtrends der Oberbekleidung, das Risiko neuer Moden ist folglich geringer, weil sie sich schon in der DOB bewährt haben. Eine der Hauptaufgaben des Marketingmanagers der Tagwäsche bestand in der Planung und Realisierung der Produktgestaltung, er war der direkte Vorgesetzte der Abteilung *Création UKL*.²²¹ Der Marketingmanager hatte große Pläne für die Unterwäsche, und dazu wollte er eine frische Designerin, die dennoch mit dem Betrieb und der Marketingpolitik des Unternehmens vertraut war. Sein Ziel war, zusammen mit

219 Siehe Hegland, „Dress and Fashion Education: Design and Business“, 311.

220 Siehe Kriesemer, „Sortimentsbereinigung bei Hanro“.

221 Siehe Hanro Marketing, „Pflichtenheft Marketingmanager Tagwäsche Damen“, 30. Januar 1980, Hanro-Sammlung, Archäologie und Museum Baselland.

Frei die Standardwäscheartikel grundlegend zu modernisieren. Für Frei bedeutete dies, dass sie ihre eigenen Ideen einbringen und umsetzen konnte, was ihr zuvor als Schnittmusterzeichnerin untersagt geblieben war.

Karin Freis Vorgehen beim Entwerfen war sehr praktisch und objektorientiert. Sie bediente sich nicht des typischen Mediums der Zeichnung und verschiedener Projektionstechniken,²²² sondern modellierte mit unterschiedlichen Materialien an einer Puppe. Dank ihres Backgrounds als Schneiderin wusste sie, was schnitttechnisch funktionierte und was nicht. Sie sagt: „Für mich ist der Fokus gewesen, das Modell in der Realität zu sehen und nicht auf der Skizze. Denn in einer Skizze kann ich alles zeichnen. Das Papier ist geduldig, aber in der Realität funktioniert es nicht. Skizzen sind das Unwichtigste am Ganzen.“²²³ An der Büste konnte sie zum Beispiel kontrollieren, ob eine Stickerei oder Spitze an der richtigen Stelle saß oder versetzt werden musste. Oftmals ging sie in die Strickereiabteilung und diskutierte mit den Strickern, was mustertechnisch machbar war und was nicht. Karin Frei wies im Interview besonders darauf hin, dass die Stricker äußerst kooperativ waren und noch nach Feierabend die Patronierungen (das Übertragen von Skizzen in technische Zeichnungen für die Strickmaschine) fertigstellten. Hier zeigt sich einmal mehr, dass das industrielle Entwerfen ein kollaborativer und kleinteiliger Prozess war, an dem technische, ökonomische, modische und praktische Faktoren zusammenwirkten. Deutlich wird darüber hinaus, dass die Voraussetzung für eine solche Arbeitshingabe und Begeisterung die Loyalität gegenüber dem arbeitgebenden Betrieb ist.

Wenn am Entwurf endlich alles stimmte, wurde er weitergereicht zu Karin Freis Schnitttechnikerin, die wiederum aus dem dreidimensionalen Entwurf eine zweidimensionale, fragmentierte Zeichnung herstellte. Hier geschieht die Umkehrung des Prozesses beziehungsweise ein weiterer Zwischenschritt bei der Transformation vom Entwurf zum Kleidungsstück. Auf Grundlage dieser Übersetzung fertigte eine Musternäherin den Prototypen an. Der Prototyp ist die Basis für die Preiskalkulation. Meist mussten daraufhin nochmals Änderungen am Modell vorgenommen oder die Produktionszeiten angepasst werden, damit der Produktionspreis nicht zu hoch wurde. Sobald die Kollektion für eine Saison feststand, wurde ein Marketing-Meeting einberufen, bei dem die Mannequins die Modelle vorführten und die Vertreter ihre Verkaufsmengen budgetieren mussten. Diese Schätzungen bildeten die Grundlage für die Bestellung der Rohstoffmengen und Zutaten.

Frei begann ihre Arbeit als Designerin für Unterbekleidung Anfang der 1980er Jahre. Wäsche als Mittel der Sexualisierung und Ästhetisierung gewann in der vestimentären Praxis in dieser Zeit wieder mehr an Bedeutung. Unterwäsche, insbesondere unifarbene, schlichte Garnituren, galt noch in den 1970er Jahren bei den meisten jüngeren Frauen als konservativ und wurde abgelehnt oder ihr wurde wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Dies änderte sich unter anderem durch den

222 Siehe dazu Barbara Wittmann, „Papierprojekte. Die Zeichnung als Instrument des Entwurfs“, *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 2012, Nr. 1 (2012): 135–50.

223 Karin Frei, Interview, geführt von Leonie Häslers, 21. Mai 2018.

Modedesigner Jean Paul Gaultier, der stilistische Merkmale der Unterbekleidung in seine Oberbekleidungsentwürfe integrierte.²²⁴ *Hanro*-Wäsche hatte bis dahin den Ruf, klassisch, konservativ, funktional und dabei qualitativ äußerst hochwertig zu sein. Die Fabrik bot sogar noch Reparaturen an. Wäsche wurde von dem Unternehmen nicht als ein Mode-Artikel angesehen, dementsprechend gering war die Varianz der Modelle. Die Formen und Schnitte blieben über Jahre immer gleich. Damit kam man der Erkenntnis entgegen, dass viele Kundinnen und Kunden immer zum gleichen Slip und Hemd griffen.

Um dies zu ändern, erhielt Karin Frei in der Entwicklungsphase freie Hand. Neben der Standardware wurde die modische Linie stärker ausgebaut. Die modische Kollektion entwickelte Frei aus einem selbstgewählten Oberthema oder Motiv heraus. Sie entwarf zum Beispiel eine Garnitur aus Top und Slip, die sowohl als Unterwäsche als auch Badekleidung funktionierte und die bis dahin übliche Konvention der monofunktionalen Kleidungsstücke auflockerte. Frei beschreibt diese Phase als eine Experimentierzeit, in der sie alles ausprobieren konnte und alles auf dem Markt noch neu war. Sie erinnert sich beispielsweise an einen von ihr designten Body, der für die idealtypische *Hanro*-Kundin in ihren Worten „viel zu sexy“ gewesen sei. In solchen Fällen habe sie geschickt und zum richtigen Zeitpunkt mit dem Marketingmanager verhandeln müssen, um ihre Ideen und Entwürfe durchzusetzen. Im Falle des Bodys habe sie richtig gelegen, er wurde ein großer Verkaufserfolg.²²⁵ Industrielles Entwerfen bedeutete, das zeigt das Beispiel, nicht nur ein Design (weiter) zu entwickeln, sondern immer auch, sowohl die *Hanro*-Käufer (Detaillisten) zu berücksichtigen als auch die *Hanro*-Konsumentinnen mit zu bedenken. Die Designs mussten gleichzeitig die Erwartungen langjähriger *Hanro*-Trägerinnen erfüllen als auch Überraschung oder Innovationswert für potentielle Neukundinnen bereithalten. Im Gegensatz zum Autoredesign setzte industrielles Entwerfen seitens der Designerin viel Kommunikation und Überzeugungsarbeit voraus.

Eine Umsatzsteigerung von fünf Prozent im Jahr 1984 ist auf Karin Freis modische Entwürfe zurückzuführen.²²⁶ Außer den zweimal jährlich erscheinenden Kollektionen modischer Unterbekleidung lagen auch die Standardartikel und die Herrenwäsche in Karin Freis Verantwortung. Die Standardartikel mussten alle Schnitte abdecken, beispielsweise Mini-, Midi-, Maxi-, Rio- und Tanga-Slips bzw. Camisette, Camisole, Spencer, Bustier, BH und Body. Bei den Standardartikeln wurden lediglich die Farben von Saison zu Saison variiert, wichtiger war, dass sie untereinander kombinierbar waren.

Als die *Hanro AG* zu Beginn der 1990er Jahre den Besitzer wechselte, wurde Karin Frei gekündigt. Sie gab ihre Arbeit als Modedesignerin auf und zog ins Ausland. Ihre Arbeitszeit bei *Hanro* beschreibt sie retrospektiv als sehr positiv. Ihre Kolleginnen und Kollegen und sie hätten mit Herzblut für die *Hanro AG* gearbeitet.

224 Siehe Haus der Geschichte Baden-Württemberg, Hg., *Auf nackter Haut. Leib, Wäsche, Träume* (Stuttgart: Haus der Geschichte Baden-Württemberg, 2015), 139, 142.

225 Siehe Frei, Interview.

226 Siehe o. A., „Hanro stockt Personal bei Töchtern auf“, *Basler Zeitung*, 4. Mai 1984.

Erste Naht

Der Beruf des Modedesigns hat sich im Laufe des 20. Jahrhunderts professionalisiert und ausdifferenziert. Noch Ende des 19. Jahrhunderts waren es vor allem Mütter, junge Frauen oder Schneiderinnen, die Kleidung nach vorgegebenen und erlernten Standardmustern herstellten und mit eigenen Stickereien individualisierten, während männliche Schneidermeister die Haute Couture aufbauten. Je mehr sich die Konfektion als Gewerbe spezialisierte, umso wichtiger wurde die Gestaltung als erkennbares Design einer Marke und Unterscheidungsmerkmal von anderen Herstellern gleicher Produkte. Spezielle Schulen, Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten für Schneiderinnen und Modellmacher wurden sowohl von privaten als auch von staatlich organisierten Trägern in Europa gegründet, weil sich die Mode- und Bekleidungsindustrie zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor vieler Länder entwickelte. Karrieremöglichkeiten für Textil- und Modedesignerinnen gab es eher in der Massenindustrie, während ihre männlichen Kollegen in der Haute Couture erfolgreich waren.

Innerhalb der *Hanro AG* spiegelt sich die Professionalisierung des Textil- und Modedesigns und vor allem die zunehmende Spezialisierung im Zeitraum der 1930er bis 1980er Jahre wider. Madeleine Handschin, eine junge und im Entwerfen völlig unerfahrene Frau, wurde mit dem Aufbau einer neuen Produktlinie betraut. Dem Einwand, dass sie den Job bekam, weil sie die Enkelin des Firmengründers war, ist entgegenzuhalten, dass sie in dem Fall auch als kaufmännische Angestellte oder Propagandistin in der Reklameabteilung hätte arbeiten können und nicht zwangsweise als Designerin. Trotz ihrer fehlenden handwerklichen, methodischen und ästhetischen Ausbildung entwarf sie 24 Saisons lang Strand- und Sportmode sowie Röcke, Kleider, Deux-Pièces, Pullover und Jacketts und legte damit den Grundstein für das ästhetische Programm der Firma und die Verknüpfung des Namens *Hanro* mit eleganter und hochwertiger Damenoberbekleidung.

Auch Beatrice Dattari war keine gelernte Schneiderin, brachte aber ein großes Gespür für Schnitte und Farben mit und hatte ein Designstudium absolviert. Sie beherrschte das zeichnerische Entwerfen, ihre Skizzen transportierten nicht nur Kleidung, sondern Mode. Sie war experimentierfreudig, selbstbewusst und modern. Anders als Handschin reiste sie nicht mehr an die Riviera, sondern verfolgte die Mode in Paris und Mailand. Sie hatte höchstwahrscheinlich Erfahrung als Trickfilmzeichnerin und Einfluss auf die Entscheidung, die Stereotechnik einzusetzen, um der normalerweise flachen, visuellen Repräsentationen von Kleidung zusätzliche Bildinformation zu verleihen und sie als dreidimensionale Entwürfe zu kennzeichnen, die Kleidung eigentlich ausmacht.

Karin Freis Strategien des Entwerfens gingen in eine ähnliche Richtung. Statt ihre Entwürfe im Entwicklungsprozess flächig zu projizieren, modellierte sie sie direkt an einer Büste. Die Materialität des Produkts wurde dadurch bereits im Entwurf ausgedrückt. Außerdem erlaubte das Modellieren an einem Körper direktes Feedback auf Form und Schnitt des Modells. Während ihrer Zeit wurde die Unterbekleidung innerhalb der *Hanro AG* neu bewertet. Von einer verlässlichen Produktparte stieg

sie zur zentralen Umsatzquelle auf. Dies konnte nur durch ein neues Design erzielt werden, für das Karin Frei verantwortlich war.

Zwar hatten alle drei Entwerferinnen große Freiheiten, was die Ausführung der einzelnen Modelle anbelangt. Dennoch waren sie Vorgaben unterworfen und durften einen bestimmten, von *Hanro* gesetzten Rahmen nicht überschreiten. Was anfangs noch rein verbal kommuniziert wurde, findet im Pflichtenheft der Designerin für die Produktparte *Lingerie/Siesta* unter dem Punkt 2, „Genereller Auftrag“, folgende Festschreibung:

Erstellung und laufende Erneuerung der zur Betreuung zugewiesenen Lingerie- und Siesta-Programme: unter Berücksichtigung der modischen Tendenzen; nach Massgabe der vom Marketing ausgearbeiteten Rahmenpläne; abgestimmt auf das vom Marketing definierte Zielpublikum; ausgerichtet auf die Umsatz- und Ertragsziele des Unternehmens.²²⁷

Gerade bei den technischen Einschränkungen waren die Vorgaben wohl noch am flexibelsten, und aufgrund der hohen Begeisterung innerhalb der Belegschaft war es möglich, stricktechnische Schwierigkeiten zugunsten des Designs zu überwinden. Je mehr dieses Wissen allerdings abgebaut wurde, umso rigider wurden auch die technischen Vorgaben. Wirtschaftliche und ästhetische Einschränkungen hingegen, die von der Verkaufs- und Marketingabteilung kamen, scheinen mir einen weit größeren Einfluss auf den Entwurfsprozess ausgeübt zu haben. Stimmt die Verkaufszahlen nicht, wurde ein Modell, ja eine ganze Linie, eingestellt. So heißt es unter Punkt 4, „Wichtige Tätigkeiten zur Sicherstellung der Auftragserfüllung“, des Pflichtenhefts weiter: „Erstellung und Bereinigung der Prototypen zuhanden des Marketingchefs, der das definitive Sortiment unter Berücksichtigung der modischen Vorstellungen der Kreation und den Verkaufsvorhersagen des Aussendienstes festlegt.“²²⁸ Die Designerin ist in diesem Gefüge die ausführende Kraft, sie muss ökonomisch entwerfen und dem Marketingchef Modellvorschläge machen. Er wiederum trifft die endgültige Auswahl auf Grundlage der vergangenen und zu erwartenden Verkaufszahlen. Auch im heutigen Produktionsablauf ist die Aufgaben- und Kompetenzverteilung ähnlich. Die für Tag- und Nachtwäsche zuständige Designerin bei *HANRO International GmbH* charakterisiert ihre Arbeit so:

Wenn du tatsächlich in der Industrie als Designer arbeitest, zeichnet dich als guter Designer aus, dass du dich der Marke anpassen kannst. Dass du natürlich trotzdem dein Eigenes mitbringst, aber eigentlich, dass du die Bedürfnisse der Marke abdeckst. Denn das interessiert hier keinen, wenn ich auf Strapse und, keine Ahnung, All-over-lace-Anzüge stehe, das bringt der Marke nichts und das bringt auch kein Geld. Das ist dann irrelevant. Als

227 Personalabteilung *Hanro AG*, „Pflichtenheft Créatrice Lingerie/Siesta“, 1981, Hanro-Sammlung, Archäologie und Museum Baselland.

228 Personalabteilung *Hanro AG*.

guter Designer in der Industrie geht es auch darum, dass du die Marke verstehst und dass du das schnell begreifst und natürlich auch versuchst, das Ganze weiterzubringen, aber nicht mit Gewalt irgendwo hinzureißen, wo es nicht hingehört.²²⁹

Das Gegenteil der Industriedesignerin ist der Autorendesigner. Während der Autorendesigner seine eigenen Entwürfe unabhängig von einem Auftraggeber verfolgen kann, muss die Industriedesignerin sich der DNA des Unternehmens und den ökonomischen und ästhetischen Vorgaben des Marketings, des CEOs und der Kundenschaft unterwerfen. Volker Albus kennzeichnet den Autorendesigner im Kontrast zu den Rahmenbedingungen der *Hanro*-Designerin folgendermaßen:

„[Der Autorendesigner] ist sein eigener Auftraggeber – aber auch sein eigener Finanzier und PR-Manager. Das Risiko, das er eingeht, erscheint zwar groß; gleichwohl verschafft ihm diese selbstverantwortliche Initiative Klarheit über die eigene Position innerhalb des Großen und Ganzen. Selbst das Scheitern produziert noch Erfahrungswerte, die nur so, im egozentrischen Auftritt, zu erhalten sind.“²³⁰

Bezeichnenderweise charakterisieren sowohl die Industriedesignerin als auch der Autorendesigner ihre Tätigkeit aus einer ökonomischen Perspektive und nicht ausgehend von der kreativen, technischen oder medialen Herangehensweise an einen Entwurf. Fängt der Entwurf, wie eingangs angenommen, also nicht im Atelier an, sondern in den Tabellen mit den letzten Verkaufszahlen?

229 Elena Panagopoulos im Gespräch mit Ulrike Langbein und Leonie Häsler, in: Claudia Brugger, Sandra Grabher und Elena Panagopoulos, Interview, geführt von Ulrike Langbein und Leonie Häsler, 9. November 2016.

230 Volker Albus, „Autoren-Design“, in *Wörterbuch Design. Begriffliche Perspektiven des Design*, hg. von Michael Erlhoff und Tim Marshall (Basel: Birkhäuser, 2008), 41.