

# Qualitätskontrolle: Schluss

Die Qualitätskontrolle ist ein wichtiger Bestandteil industrieller Fertigung. Unternehmen setzen sich eigene Kriterien oder orientieren sich an externen Parametern, Normen und Standards, die ihre Produkte erfüllen müssen. Wie dargestellt, war das Qualitätsdenken bei *Hanro* tief in der Unternehmenskultur verankert. Es begann bei der Auswahl der Rohstoffe, die zu Garnen versponnen und zu Stoffen verstrickt wurden. Ein regelmäßiges Musterbild der Maschen, gleichmäßige Farbergebnisse bei gefärbten Qualitäten und mustergerecht zusammengenähte Partien waren der Mindestanspruch an das Produkt. Höchste Qualität war aber auch der Maßstab für die Passform eines jeden Modells und der Konfektionierung. Ebenso sollten Warenpräsentation und Werbung die materielle Qualität und Langlebigkeit des Produkts spiegeln. Ein Artikel musste mehrere Kontrollen durchlaufen, bevor er wirklich in die Spedition und den Verkauf kam, etwa Zwischenkontrollen des Stoffs und der Konfektionierung, sporadische „springende“ Kontrollen und eine Endkontrolle.<sup>423</sup> Verarbeitungstoleranzen waren bei *Hanro* nicht sehr groß. Bestand ein Artikel oder auch schon ein Stoffauftrag die Qualitätskontrollen nicht, gelangte er in den sogenannten „Restenverkauf“, einen betriebsinternen Laden auf dem Fabrikgelände, zu dem nur das Personal Zugang hatte. Dort konnte es zu vergünstigten Preisen die *Hanro*-Ware – Stoffe wie Kleidungsstücke – kaufen, die sich die meisten Mitarbeiterinnen von ihrem Lohn auf dem regulären Markt nicht hätten leisten können. Angelehnt an eine Qualitätskontrolle soll im Folgenden die Arbeit rekapituliert, hinterfragt und verdichtet werden.

Ziel der Arbeit war eine Archäologie des textilen Entwurfsprozesses im 20. Jahrhundert anhand des Archivs der Strickereifabrik *Hanro AG*. Der Entwurfsprozess wurde aus Archivalien, Artefakten, schriftlichen, bildlichen und mündlichen Quellen rekonstruiert. Nicht der Prozess an sich, sondern die Parameter, die ihn bestimmten, rückten dabei in den Vordergrund. Kernkompetenz von *Hanro* war das mechanische Stricken, speziell auf Rundstrickmaschinen. Diese Technik führte zur Figur der Nahtlosigkeit, die im 20. Jahrhundert nicht nur physisch-technisch in der Textilindustrie verwendet wurde, sondern ein weit verbreitetes Gestaltungsideal

---

423 Siehe CH/as, „Pflichtenheft Stabsleiter Qualitätskontrolle“, 1979, Hanro-Sammlung, Archäologie und Museum Baselland.

war, sei es im engeren Sinne im Design oder im weiteren Verständnis von Prozessoptimierung, *Operations Research* und Unsichtbarmachung der menschlichen und maschinellen Arbeit. Die Studie verfolgte die These, dass die *Hanro AG* Nahtlosigkeit als Richtschnur für ihre Prozesse zu integrieren versucht hat. Die Nahtlosigkeit galt es retrospektiv wieder aufzulösen und begreifbar zu machen.

Einen imaginären roten Faden auslegend, führten die einzelnen Kapitel durch unterschiedliche Räume und zeitliche Momentaufnahmen der Fabrik. Die lückenhafte Quellenlage machte eine diskontinuierliche Narration unumgänglich. Vier Räume wurden aufgrund eingehender Quellenanalysen herausgegriffen, die den Entwurfsprozess formieren: *Création* (Design), *Stricksaal* (Technik), *Salon* (Marketing) und *Archiv* (Dokumentation und Speicher). Diese Reihenfolge entspricht auf den ersten Blick auch stark vereinfacht der des Entwurfs- und Produktionsprozesses eines Kleidungsstücks. Die Designerin beginnt mit den Entwürfen, diese werden an den Maschinen umgesetzt, das Marketing verleiht der Kleidung einen symbolischen Mehrwert, die Dokumentation darüber sowie ein Exemplar werden archiviert und der Prozess beginnt von Neuem. Ein genauerer Blick in die einzelnen Räume und die dort verrichteten Tätigkeiten hat jedoch gezeigt, dass dieser Prozess nicht ganz so einfach, linear, nahtlos und sukzessiv vonstatten geht. Vieles geschah parallel, mit kleineren und größeren Iterationen oder Schleifen.

Da die Fallstudie in der Industrie verortet ist, wurde von vornherein davon ausgegangen, dass beim Entwerfen von Kleidung nicht die Designerin oder Modeschöpferin die treibende Kraft ist, sondern viele unterschiedliche Interessen und Anforderungen auf den Entwurf einwirken. Wie diese Parameter zusammenhängen und sich reiben, lässt sich am fertigen Produkt nicht mehr ablesen. Die Marke *Hanro* ist dabei das Aushängeschild des Unternehmens, nicht die Personen, die hinter den Modellentwürfen stehen.<sup>424</sup> Die Textil- und Bekleidungsindustrie zeichnet sich durch eine Dominanz von Frauenarbeit aus. Frauen sind das eigentliche Gefüge, auf das Entwurf und Produktion aufbauen. Aus unterschiedlichen Gründen wird dieser Tatsache allerdings im Forschungsfeld der Designgeschichte nicht ausreichend Aufmerksamkeit geschenkt, wodurch ein Zerrbild entsteht. Ein Grund dafür liegt im Gegenstand des Textils, der Mode und Bekleidung. Dieser Bereich wird in einer patriarchalisch strukturierten Gesellschaftsordnung Frauen zugeschrieben, sowohl was die Produktion als auch den Konsum anbelangt. Frauen interessierten sich stärker für Mode, sie haben einen „natürlichen“ Sinn für alles Dekorative, seien außerdem geschickt und geduldig. Deswegen seien sie prädestiniert für textile Arbeiten. Früher führten Frauen diese Tätigkeiten meist privat für die eigene Familie aus. Ab Ende des 19. Jahrhunderts förderten neugegründete Frauenarbeitsschulen die Ausbildung im Kleidermachen und Textilmusterzeichnen. Textilarbeiten wurden als angemessen und dem weiblichen Geschlecht entsprechend konzeptualisiert, Metallarbeiten und

---

424 Anders sieht es im Bereich der Haute Couture aus. Dort bilden sowohl das sich auf Tradition berufende Modehaus als auch ein exklusiver, temporär engagierter Modeschöpfer das Kapital und Gesicht nach außen.

Produktdesign hingegen dem männlichen zugeordnet.<sup>425</sup> Infolgedessen konnten Frauen in Europa erst im Verlauf des 20. Jahrhunderts Designberufe erlernen und ausüben, die vormals ausschließlich für Männer zugänglich waren.

Da die häuslich hergestellten textilen Arbeiten meist als Reproduktionsarbeit weder öffentlich verkauft oder ausgestellt wurden noch als Einnahmequelle dienen konnten, fanden sie auch keine Erwähnung in der Designgeschichte.<sup>426</sup> In der Produktion anonymer textiler Industrieware setzt sich dieses Muster bis heute fort. Nur berühmten Designschaffenden wird wissenschaftliche Aufmerksamkeit in Form von Museumsausstellungen und modetheoretischen Abhandlungen zuteil. Die Designgeschichte konzentriert sich zwar auf industriell hergestelltes Design, aber sie hierarchisiert die Designdisziplinen. Architektur, Produkt- und Grafikdesign werden stärker thematisiert als Keramik-, Mode- und Textildesign. Deswegen finden – meist von Frauen produzierte – Handwerkskunst, Trachten und Folklorekunst auch kaum Beachtung innerhalb der Designforschung. Diese Hierarchisierung drückt sich nicht nur in der Forschung aus, sondern spiegelt sich auch in der Ausbildung der Designerinnen und Designer.<sup>427</sup>

Aus diesen Zuschreibungen und Bevorzungen bestimmter gestalterischer Bereiche ergibt sich ein offensichtliches Forschungsdesiderat, das den Bereich von Frauen im (Industrie-)Design betrifft. Indem die Studie auf drei Designerinnen und ihre Tätigkeit für die *Hanro AG* blickt, zielt sie auf eine Verkleinerung dieser Leerstelle (vgl. Kapitel *Création*). Die *Hanro AG* war auf Frauen angewiesen, dies bezog sich auf die Produktion der Strickstoffe, betraf vor allem die Konfektion, erstreckte sich aber auch auf Bereiche des Konsums, da der Großteil des Sortiments für weibliche Kundschaft ausgerichtet war. Die weibliche Dominanz ist allerdings eine rein quantitative, sie drückt sich weder in den beruflichen Entwicklungschancen noch in der Einflussnahme von Frauen auf die Fabrik und Firma aus. Das Unternehmen war seit seiner Gründung in männlichen Händen und patriarchalisch geführt. In den Produktionsbereichen hatten Frauen wenig Aufstiegs- oder Mitsprachemöglichkeiten. Der große Bereich, in dem Frauen die Leitung oblag, war die *Création*, die Modell- und Musterentwurfsabteilung. So könnte man argumentieren, dass die drei hier porträtierten Protagonistinnen doch mit ihren Entwürfen der Marke *Hanro* ihre

425 Siehe Buckley, „Made in Patriarchy“, 5f.

426 Ein gänzlich anderes Bild zeigt sich im Bereich der Frauen- und Geschlechterforschung, siehe exemplarisch: Brigitte Aulenbacher, *Arbeit – Technik – Geschlecht. Industriesoziologische Frauenforschung am Beispiel der Bekleidungsindustrie* (Frankfurt a. M.: Campus, 1991); Gunilla Budde, Hg., *Frauen arbeiten. Weibliche Erwerbstätigkeit in Ost- und Westdeutschland nach 1945* (Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 1997); Christel Eckart, Ursula G. Jaerisch und Helgard Kramer, *Frauenarbeit in Familie und Fabrik. Eine Untersuchung von Bedingungen und Barrieren der Interessenwahrnehmung von Industriearbeiterinnen*, Forschungsberichte des Instituts für Sozialforschung Frankfurt am Main (Frankfurt a. M.: Campus, 1979); Hausen, „Zur Sozialgeschichte der Nähmaschine“; Brigitte Heck, *Zwischen Schule und Fabrik. Textile Frauenarbeit in Baden im 19. und 20. Jahrhundert* (Thorbecke: Sigmaringen, 1993); Ladj-Teichmann, *Erziehung zur Weiblichkeit durch Textilarbeiten*; Mentges, „Mode“.

427 Siehe Anja Baumhoff, „What’s in the Shadow of a Bauhaus Block? Gender Issues in Classical Modernity“, in *Practicing Modernity. Female Creativity in the Weimar Republic*, hg. von Christiane Schönfeld und Carmel Finnan (Würzburg: Königshausen & Neumann, 2006), 59.

Signatur aufgedrückt hätten. Dies mag in Einzelfällen stimmen, muss aber differenzierter betrachtet und relativiert werden.

Die drei ausgewählten *Hanro*-Designerinnen waren allesamt starke und selbstbewusste Persönlichkeiten, die keinen vorgezeichneten Weg gingen. Madeleine Handschin war mit Sicherheit die jüngste Designerin bei *Hanro* und übte ihre Entwurfstätigkeit in den 1930er und 40er Jahren ohne schulische Vorbildung aus. Ihr zur Seite stand jedoch der Direktor, Charles A. Ronus, der ihr Anweisungen gab und die endgültige Kollektionsauswahl bestimmte. Nach der aus Unternehmenssicht geschickt arrangierten Heirat mit einem Mann aus dem Umfeld der Firma und der Geburt dreier Kinder gab Handschin ihren Beruf auf. Die Aussagen ihrer Tochter deuten darauf hin, dass dies nicht ganz freiwillig geschah. Finanziell abgesichert durch die Arbeit ihres Ehemannes, gab es für Handschin keinen legitimen Grund mehr, als verheiratete Frau und Mutter einem Beruf nachzugehen. Ihre Emanzipation war eine temporäre.

Anders sah dies aus bei Beatrice Dattari, Handschins Nachfolgerin als Chefdesignerin in den 1950er und 60er Jahren. Dattari kann als freiheitsliebend bezeichnet werden, da sie ihren Beruf einem traditionellen Familienleben in Abhängigkeit eines Ehemannes vorzog. Ihr emanzipiertes und selbstbestimmtes Lebensmodell als geschiedene Frau und alleinerziehende Mutter stieß auf Unverständnis, Neid und Missfallen unter der Belegschaft, wie in einigen Interviews mit ehemaligen *Hanro*-Mitarbeitenden angedeutet wurde. Offiziell jedoch war Dattaris Stellung im Unternehmen ähnlich wichtig wie die der Direktoren. Ihre Meinung wurde respektiert, ihre Arbeitsweise toleriert. Dattari war wie Handschin Quereinsteigerin ohne Vorkenntnisse des Schneidereihandwerks oder Schnittmusterzeichnens. Ihre Entwürfe galten dennoch als stilsicher, modisch und elegant. Ihnen war es zu verdanken, dass der Umsatz der Oberbekleidung bis Ende der 1960er Jahre stieg und die Marke auf mehreren Kontinenten Absatz fand. Damit waren gleichzeitig auch die Grenzen der Designerin abgesteckt: Verkauften sich die Artikel nicht mehr, war die erste Reaktion, die Designerin abzulösen, was Anfang der 1970er Jahre auch geschah.

Neben dem Druck, zugleich zeitlose und modische Kleidung zu entwerfen, mussten die Designerinnen bei Formen und Schnitten Rücksicht nehmen auf die Strickmaschinen und Strickstoffe. Hier waren also ihre technischen Kenntnisse gefragt, gleichzeitig waren sie angewiesen auf den Einfallsreichtum der Strickmaschinenoperateurinnen, deren Aufgabe es auch war, Ideen und Vorschläge der *Création* technisch zu realisieren. Sowohl die Designerinnen als auch die Strickmaschinenoperateurinnen mussten in ihrer Zusammenarbeit improvisieren und kompromissbereit sein.

Wenig kompromissbereit war Karin Frei, wie sie selbst im Interview aussagte, doch sie brachte technische und modische Kenntnisse mit, als sie Anfang der 1980er Jahre als Designerin für Tagwäsche der *Hanro AG* im Unterbekleidungsassortiment wieder zu einem Aufschwung verhalf. Die gelernte Schneiderin beherrschte den Umgang mit Jersey-Stoffen, gleichzeitig sorgten ihre Ausbildung in Paris und ihr Interesse an der Haute Couture dafür, dass die Entwürfe nicht typische Doppelripp-Standardware reproduzierten und der modische Bereich ausgeweitet wurde. Freis

direkter Vorgesetzter war der Marketingmanager der Tagwäsche. Mit ihm musste sie ihre Entwürfe verhandeln. Das Marketing als eigenständige Abteilung wurde Ende der 1960er Jahren bei *Hanro* geschaffen und kontinuierlich ausgebaut. Dies zeigt, dass dem Marketing wachsende Bedeutung beigemessen wurde, womit eine Bedeutungs- und Einflussabnahme der Designerin einherging. Insofern waren die Designerinnen doch wieder nur Dienstleisterinnen und ausführende Kraft der von Männern vorgegebenen Direktiven.

Die *Hanro AG* als Arbeitgeberin bewegte sich damit innerhalb des gesellschaftlichen Rahmens, was für Frauen, jeweils zu ihrer Zeit, in der Schweiz akzeptabel und schicklich war. Als Frau bei *Hanro* Karriere zu machen, war nicht gänzlich unmöglich. Das zeigt das Beispiel der Tagwäsche-Designerin Lisel Schmid in den 1930er Jahren (vgl. Kapitel *Stricksaal*). Sie begann als ungelernete Bürokräftin und stieg in der Hierarchie zur Designerin auf. Ihre Entwürfe, ebenso wie die von Madeleine Handschin, fanden knappe lobende Erwähnung in der firmeninternen Historie – im Gegensatz zu Beatrice Dattari, die mit keinem Wort erwähnt wird, obwohl sie lange Jahre die Chefdesignerin war. Hier offenbaren sich eine absichtsvolle Marginalisierung und latente Machtstrukturen, die die Geschichtsschreibung in eine von der Unternehmensleitung intendierte Richtung lenken. Demgegenüber ist die Firmengeschichte voll mit Biografien, Reden und Taten der männlichen Führungskräfte (vgl. auch Kapitel *Archiv*). Spuren weiblicher Arbeit – obwohl omnipräsent in Form der textilen Muster – mussten aus dem Archiv zusammengesucht, ausgewertet und in eine Geschichte verwandelt werden. Die Autorinnenschaft der Frauen wird erst durch die Zuordnung der Skizzen und der Kleidermodelle sowie durch mündliche Überlieferungen deutlich. Gar nicht zur Sprache kamen in dieser Arbeit hingegen die unzähligen anonymen Näherinnen, die für *Hanro* arbeiteten. Ihre Rolle im Entwurfsgefüge müsste in einer anschließenden Studie eingehender untersucht werden.

Ähnlich omnipräsent und doch abwesend wie der weibliche Teil der Angestellten sind auch die Strickmaschinen im Archiv. Dies hat jedoch pragmatische Gründe. Die Strickmaschinen waren beim Verkauf von *Hanro* noch funktionstüchtig und stellten einen finanziellen Wert dar, weswegen sie an einem anderen Ort weiter in Betrieb genommen oder veräußert wurden. Die Produkte der Strickmaschinen sind hingegen in den Musterbüchern und in den textilen Referenzen materiell archiviert und somit untersuchbar.

Neben der Designerin war die Stricktechnologie der Maschinen die zweite Einflussgröße auf den Entwurf. Stricken als textile Praxis ist faszinierend, da aus einem Faden durch Schlaufenbildung Maschen aus der jeweils vorigen Masche gebildet werden, ein endloser, rekursiver Prozess, der Maschen in Serie hervorbringt. Das so entstehende Textil ist reversibel. Die Schlaufenbildung ist zudem verantwortlich für die hohe Flexibilität der Strickstoffe. Eine Besonderheit am Stricken aus designtheoretischer Perspektive ist auch, dass es bereits unterschiedliche Ornamente durch unterschiedliche Bindungstechniken bereithält. Form und Dekor, Muster und Medium sind identisch und der Masche inhärent. Die angesprochene Rekursivität des Strickprozesses erhält eine zusätzliche Ebene, wenn man die Rundstrickerei anschaut. Hier ist nicht nur der *loop* der einzelnen Maschen formgebend,

sondern das gesamte Gestrick baut sich in Kreisbewegung als Schlauch auf. Struktur, Materialität und Funktion bilden in der Rundstricktechnologie eine Einheit. Mit entsprechendem Durchmesser der Maschine eignet sich diese Technik speziell für die Produktion von Unterhemden.

Unterhemden gelten als Standardartikel, die leicht in Serie produziert werden können. Dass die Serie als Format nicht erst bei der Produktion zum Tragen kommt, sondern bereits im Entwurf, zeigte sich in den comicartigen Entwurfszeichnungen Beatrice Dattaris, bestätigte sich aber insbesondere auch bei der Analyse der Entwurfsskizzen von Hemdenserien zwischen 1937 und 1943. Das der Analyse zugrunde liegende Album versammelt Hunderte von Skizzen. Rekursion begann beim Zeichnen der Hemden, denn die Designerin entwarf Serien, niemals einzelne Modelle. Das Dispositiv der Maschine gab vor, was und vor allem wie viel entworfen werden musste. Die Bedienung der Maschinen war schwerfällig und auf manuellen Einsatz angewiesen. Die Musterübertragung geschah über mehrere Zwischenschritte und machte kurzfristige Änderungen nahezu unmöglich. Zudem galt es, alle unterschiedlichen Maschinen auszulasten. In der Strickmaschine materialisiert sich deshalb auch industrielles Denken und Planen. Ihre Produktionsweise schreibt sich in das Entwerfen der Modelle ein. Die Modelle unterschieden sich durch minimale Varianz – am Ausschnitt, in der Farbe, in dekorativen Spitzeneinsätzen –, wiederholten sich jedoch in ihren Grundformen. Die Serie als Format des Entwurfs wie der Produktion führte zu Kreativität und Modernisierung, nicht etwa zu Monotonie oder Verkümmern der Form. Durch die Vielfalt und Variationen wurde aus einem einfachen Schlauch ein modisches Unterhemd.

Mode wird in diesem Fall nicht durch Massenmedien und im Moment des Konsums erzeugt, sondern ist schon im Entwurf und in der medialen Entwurfstechnik der Modifizierung angelegt. Die geringen, doch wahrnehmbaren Variantenbildungen der Entwürfe sind dem Tempo des Modesystems geschuldet. In jeder Saison wird etwas Neues erwartet, dabei handelt es sich jedoch nicht um Innovationen und völlig neue Entwürfe, sondern um inkrementelle Variationen.<sup>428</sup>

Die Umstellung der Produktion bei *Hanro* von Doppelrippunterhemden auf die sogenannten „Fantasie-Artikel“, die modischen Hemden, geschah kurz nach der Rückkehr von Charles A. Ronus aus den USA Ende der 1920er Jahre. Laut Andreas Reckwitz findet genau in dieser Zeit die Öffnung des Modesystems für die Mittelschichten statt, weil nun infolge einer Umwertung und verbesserter Produktionsmethoden industriell hergestellte Kleidung als qualitativ hochwertig angesehen wird. Damit wandelt sich die Bekleidungsindustrie zu einer der ersten ästhetischen Ökonomien.<sup>429</sup> Die technische Infrastruktur und serielle Entwurfsmethoden waren dafür eine Voraussetzung, wie sich an *Hanro* exemplarisch gezeigt hat.

428 Siehe dazu auch: Nyfeler, *Die Fabrikation von Kreativität. Organisation und Kommunikation in der Mode*, 194f.

429 Siehe Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität*, 164, 168. Im Rahmen seiner Untersuchung von Kreativität als Paradigma ökonomischer und sozialer Strukturen im 20. Jahrhundert bezeichnet Reckwitz die Modeindustrie zusammen mit Design und Werbung als ästhetische Symbolökonomien. Diese sind dadurch gekennzeichnet, dass sie primär keine Dinge produzieren, sondern Symbole, sinnliche

Den modischen Unterhemden gegenübergestellt wurde das ornamentlose, nahtlos gestrickte Hemdenmodell, das in diesem Kontext als Proto- oder Archetyp gelten kann, von dem ausgehend entworfen, zu dem aber auch immer zurückgekehrt wurde. Der Archetyp als überzeitlicher Klassiker und Alleinstellungsmerkmal einer Marke hat sich in der Modebranche im 20. Jahrhundert zu einem erfolgreichen Symbol und Produkt entwickelt. Das Ornament als Modeerscheinung wird in diesem Zusammenhang kulturell abgewertet, das (scheinbar) dekor- und zeitlose weiße Hemd aufgewertet. Modisches nur deshalb abzuwerten, weil es ein Massenphänomen ist, das angeblich rasch vergessen wird und dann als bedeutungslos gilt, ist ein Irrtum, wie wir gesehen haben, da Mode ein Gedächtnis hat. Die Lösung von *Hanro* in diesem Dilemma, Zeitlosigkeit und Mode zu verbinden, bestand in der Etablierung maschinenbedingter Grundformen und Standards, die mit Variationen durch Spitzen modisch kombiniert wurden.<sup>430</sup>

Und dennoch: Die unternehmerische Priorität der Leitung der *Hanro AG* konzentrierte sich auf den Bereich der ersten Produktionsstufe, der Stoffherstellung. *Hanro* knüpfte ihre Glaubwürdigkeit auf dem Markt an die Qualität der Stoffe. Der Maschinenpark war äußerst ausdifferenziert und lange Zeit auf modernstem technischen Stand. Auf sorgfältige Konfektionierung wurde zwar auch Wert gelegt, doch das Attribut „modisch“ war für *Hanro* eher Beiwerk und wurde mitunter skeptisch bis kritisch gesehen. *Hanro* war getrieben davon, mit der technischen Qualität ihrer Strickstoffe die Vorreiterposition in der europäischen Textilindustrie zu verteidigen. Worauf es der Führung ankam, waren reibungslose Abläufe in der Produktion und volle Auslastung des Strickmaschinenparks das gesamte Jahr über, also auch zwischen den Lieferblöcken der Sommer- und Wintersaison.

Die Maschinen waren spezialisiert auf Baumwolle, Wolle, Seide und gemischte Qualitäten. Die Entwicklungen in der Chemiefaserforschung in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts führten unter anderem dazu, dass Fasern und Garne eine intensivere Vorbehandlung erhielten, bevor sie zu Stoffen weiterverarbeitet wurden. Was zuvor aufwendig über die zahlreichen Strickbindungsmöglichkeiten und Ausschöpfung der dem Material inhärenten Eigenschaften erzielt wurde, erreichte man nun in vielen Fabriken chemisch und physikalisch. *Hanros* zeit- und arbeitsintensiven Stricktechniken verloren ihre Bedeutung. Gefragt waren Maschinen, die schneller produzierten und leichter zu bedienen waren. Solche Maschinen wiesen dafür weniger technische Raffinessen auf, womit ein Verlust der Konstruktionskomplexität gestrickter Stoffe einherging. Diese ist für die Konsumentinnen und Konsumenten jedoch kaum wahrnehmbar. Viele Strickfabriken verlagerten ihre

---

Eindrücke und einen ästhetischen Zusatzwert, siehe Reckwitz, 164f.; Felix Gerloff, „Eine Ökonomie im Affekt. Rezension von: Andreas Reckwitz: Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung“, *Neue politische Literatur* 60 (2015): 510. Diese drei Branchen als erste *Creative Industries* entwickelten sich zu „kulturellen Leitformaten der Ökonomie. Sie stellen sich als exemplarische Formate einer Ästhetisierung des Ökonomischen dar.“ Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität*, 165.

430 Was hier auf Produktebene geschieht, entspricht den dialektischen Hauptcharakteristika organisierter kapitalistischer Praktiken: Standardisierung bei gleichzeitiger Innovation. Siehe Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität*, 135. Reckwitz nennt dies auch die Paradoxie des Neuen, siehe Reckwitz, 136.

Produktion ins kostengünstigere Ausland, wo auch weniger gut ausgebildetes Personal in der Lage war, die Maschinen zu bedienen. Dadurch konnten sie ihre Ware in kürzerer Zeit herstellen und zu niedrigeren Preisen anbieten als die *Hanro AG*. Die nahezu unverwüstlichen Stoffe stellten sich nun insbesondere im Bereich der Oberbekleidung als problematisch und unverkäuflich heraus.

Die qualitativen Vorteile der Stoffe zu kommunizieren, war eine Aufgabe des Marketings, das der Kleidung durch Werbung und PR einen symbolischen Mehrwert verlieh (vgl. Kapitel *Salon*). Die größte Arbeit des Marketings bestand im Planen, Kalkulieren und Entwickeln von Strategien, in Berechnungen und Zukunftsvoraussagen. Dies kostete viel Vorbereitungszeit und machte paralleles Arbeiten an drei Kollektionen vonnöten. Durch seine Analysen hatte das Marketing bei der Entwicklung einer Kollektion großen Einfluss, nicht nur, was die Quantität und Preisdifferenzierung anbelangte, sondern auch in der Gestaltung der einzelnen Serien. Direkte Unterstützung erhielt die Abteilung von den Verkaufsagenten. Ihre Rolle war die der Mittler zwischen dem Unternehmen und der Kundschaft. Dass der Entwurf performativ und dialogisch vonstatten ging, wurde bei der Untersuchung der Zusammenarbeit zwischen Design, Marketing und Verkauf deutlich.

Entwürfe sind mit Hoffnungen verknüpft, im traditionellen Designverständnis sollen sie ein Problem lösen oder Verbesserungen schaffen. Die Gründung der Tochtermarke *pi, pa & po* Mitte der 1980er Jahre startete hoffnungsvoll, entwickelte sich jedoch zu einem groß angelegten Fehlentwurf. Die Analyse von *pi, pa & po* führte vor Augen, dass der Entwurf dieser neuen Marke, das *Storytelling* der Kollektion und der Image-Aufbau mithilfe von Werbung und Produktplatzierungen in der Presse mehr Aufmerksamkeit und Arbeitskraft einnahmen als eine sorgfältige Abstimmung der einzelnen Artikel und Serien der Kollektion sowie deren Herstellung, auf die *Hanro* sonst so viel Wert legte. Alles, wofür die Marke *Hanro* stand, wurde durch *pi, pa & po* auf den Kopf gestellt. *Pi, pa & po* zielte auf Jugendlichkeit, Androgynität, Sportlichkeit, Lässigkeit, nahm Anleihen aus der Populärkultur und stellte Bekleidungsregeln infrage. Der neue Ansatz des Entwurfs, den *pi, pa & po* zu etablieren versuchte, widersprach den etablierten Strukturen und dem nahtlosen Produktionsprozess bei *Hanro* auf allen Ebenen. Eine erfolgreiche Umsetzung hätte mehr Anstrengung, Einschnitte und Umstrukturierung benötigt. *Pi, pa & po* brachte das schon durch vorige Krisen fragil gewordene Konstrukt der Nahtlosigkeit völlig ins Wanken. Die fluiden, temporär angelegten Arbeitsstrukturen bei *pi, pa & po* antizipierten jedoch die Merkmale der aufkommenden *Creative Industries* und können somit als „echte“ Innovation innerhalb der *Hanro AG* bewertet werden.

Der Ruf des Mutterkonzerns hatte durch den Misserfolg der Tochtermarke in der Textilbranche Schaden genommen. Die damalige Leitung hätte diesen Abschnitt der Firmengeschichte sicher gerne tief vergraben. Fehlentwürfe und Fehlscheidungen werden meist nicht in das Narrativ aufgenommen, das eine Firma von sich erzählt. Dank der Archivierungslogik von *Hanro* wurde aber auch von den *pi, pa & po*-Kollektionen aus allen Serien je ein Exemplar pro Artikel aufbewahrt, ebenso wie Dokumente der Verwaltung. Unter ehemaligen *Hanro*-Mitarbeitenden

fallen die Reaktionen bei der Erwähnung von *pi*, *pa* & *po* einstimmig negativ aus. Bei öffentlichen Führungen durch das heutige Museumsdepot hingegen sorgen die Textilien und die Werbung vielfach für Heiterkeit und Interesse, weil sie in einem so starken Kontrast zur gewohnten *Hanro*-Erscheinung und Ästhetik stehen.

Das Archiv und die Mustersammlung der *Hanro AG* bildeten ein eigenständiges Kapitel in der Arbeit, da das Archiv meinen methodischen Zugang zum Entwurfsprozess darstellte. Es untersuchte die unterschiedlichen Bedeutungsebenen des Archivs und übernahm dazu den Archivbegriff Michel Foucaults, demzufolge ein Archiv einen Möglichkeitsraum des Sagbaren und gleichzeitig einen machtvollen Ausschlussmechanismus darstellt: Das Archiv ist „das Spiel der Regeln, die in einer Kultur das Auftreten und das Verschwinden von Aussagen, ihr kurzes Überdauern und ihre Auslöschung, ihre paradoxe Existenz als Ereignisse und als Dinge bestimmen.“<sup>431</sup>

Zu Produktionszeiten war das Firmenarchiv ein heterogenes Gebilde, bestehend aus Verwaltungsakten und Werbearchiv einerseits, Mustersammlung und Musterbüchern andererseits. Erstere sammelten textliche und visuelle Daten aus der Verwaltung an und werteten diese zum Teil auch aus. Der Zugang zum Firmenarchiv war reglementiert, der Informationsfluss einseitig. Alles gelangte in das Archiv hinein, aber nur selektierte und bereits interpretierte Daten kamen wieder heraus, etwa zu Zwecken der Öffentlichkeitsarbeit und Selbstdarstellung. Aufgabe des Archivs war es nicht, den Entwurfsprozess zu dokumentieren, denn dafür bestand keine Notwendigkeit, jegliches Wissen war vor Ort bei den Expertinnen und Experten vorhanden. Den Prozess zu rekonstruieren, konnte daher nur mittelbar und diskontinuierlich geschehen. Leitend dafür waren die beiden Größen Text und Textil. Als epistemisches Bindeglied zwischen Text und Textil stellten sich die Musterbücher heraus, die früher im Musterzimmer gelagert wurden. Sie bestehen sowohl aus materiellen wie textlichen Informationen, sind ein Hybrid zwischen Text und Textil und halten Archiv und Entwurf zusammen. In Hinsicht auf die Qualitätsbestrebungen von *Hanro* dokumentieren sie das Zusammenspiel von Design und Stricktechnologie auf einer Mikroebene.

Mit dem Aufbau der Modellreferenzsammlung legte die *Hanro AG* – absichtlich oder nicht – ein eigenes Modegedächtnis an. Die Annahme eines Gedächtnisses führte die Zeitlichkeit der Entwürfe vor Augen. Diese sind einerseits in die Zukunft gerichtet, indem sie auf neue Moden abzielen und für eine zukünftige Kundschaft konzipiert werden. Das Attribut „Neu“ ist dabei als eine Abweichung zum Bisherigen zu verstehen. Andererseits basieren sie auf Erfahrungswerten und Modellen vergangener Kollektionen. Mode kann somit selbst als ein Archiv begriffen werden, das, mit dem Konzept der Intertextualität argumentierend, sowohl Selbst- als auch Fremdbezüge aufweist. Mode lässt sich folglich nicht linear erzählen, auch wenn die Muster im heutigen Museumsdepot nach Jahrzehnten angeordnet sind und eine chronologische Modegeschichtsschreibung suggerieren.

431 Michel Foucault, *Schriften in vier Bänden. Dits et Ecrits*, hg. von Daniel Defert, Bd. 1, 1954–1969 (Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2001), 902.

Das Archiv ist nicht nur der physische Ort, in dem die Kollektionen und Verwaltungsakten abgelegt wurden, sondern auch das verkörperte Archiv der Designerin, die wiederum auf ein kulturelles Modegedächtnis zurückgreift. Der Entwurf beginnt mit einem Archiv, in einem Archiv und endet dort und beginnt von Neuem. Dies geschieht zyklisch oder in Schleifen, ähnlich der gestrickten Masche. Seit das *Hanro*-Archiv in den Besitz des *Museum.BL* übergegangen ist, wodurch sich nun alle textilen Artefakte, schriftlichen und bildlichen Quellen an einem Ort befinden, treffen sich Entwurf und Archiv, Machen und Denken<sup>432</sup> auch physisch; Text und Textil kommen dort wieder zusammen.

Das Interesse der vorliegenden Arbeit galt den Transformationen des textilen Entwurfsprozesses. Die Nahtlosigkeit, die der Strickprozess hervorbringt, diene als Denkfigur für die Untersuchung des Entwurfsprozesses. Ich habe gezeigt, dass nicht nur industrielles Planen und Denken oder das Format der Serienproduktion dem Entwurf einen Rahmen geben, sondern dass das Textile selbst, die Masche, die Reihung (gleich der Serie), das Nahtlose, aber auch die Naht und der Schnitt das Entwerfen konstituieren. Die dynamische Bildung der Maschen in Rekursionen überträgt sich auf den Entwurfsprozess, überträgt sich aber auch auf die Logik des Modesystems.

Bernhard Siegert hat darauf hingewiesen, dass textile Techniken und Praktiken die Grundstrukturen von Kulturtechnik bilden. Die von ihm beschriebene „Textilität“ von Kulturtechniken, die Untrennbarkeit von Materiellem und Symbolischem, leitet er vom Weben ab.<sup>433</sup> Ein Webstoff entsteht aus einem binären System von Kettfaden und Schussfaden, die durch Überkreuzungen ein diskretes Raster bilden. Birgit Schneider bezeichnet sowohl den Webprozess als auch das fertige Webstück deswegen als frühestes Beispiel digitaler Technik,<sup>434</sup> ein materiell-symbolisches Verfahren.<sup>435</sup>

Dieses wird meines Erachtens auch in der textilen Kulturtechnik des Strickens besonders sinnfällig, die ich deswegen dem Weben als komplementär zur Seite stellen möchte. Beim Stricken verbindet sich das Materielle mit dem Symbolischen ebenso wie beim Weben. Im Unterschied zur Weberei bildet das gestrickte Textil iterativ und rekursiv Schlaufen und Muster, Form und Ornament in einem nahezu unendlich fortlaufenden Prozess. Die Stricktechnik ist durch ihre Schlaufenbildung und leichte Auflösbarkeit flexibler, dynamischer, improvisierter, weniger formalistisch und ohne definierten Rahmen oder Rand. Die Literaturwissenschaftlerin Diana Thomas sah daher Analogien zwischen dem Stricken und dem Schreiben beziehungsweise der Textproduktion. Unter der verwandten Perspektive „Text und Textil“ halte ich daher das Stricken für das geeignetere Modell für das Texten – oder allgemeiner für kulturelle Produktions- und Sinnstiftungsprozesse. Textile

432 Siehe auch Ingold, „The Textility of Making“.

433 Siehe Siegert, „After the Media: The Textility of Cultural Techniques“.

434 Siehe Birgit Schneider, „Digitality“, in *Textile Terms: A Glossary*, hg. von Anika Reineke u. a. (Emsdetten: Edition Imorde, 2017), 71f.

435 Siehe auch T'ai Smith, „Texture“, in *Textile Terms: A Glossary*, hg. von Anika Reineke u. a. (Emsdetten: Edition Imorde, 2017), 273–76; Smith, „Textile, A Diagonal Abstraction“.

Kulturtechniken und das Stricken im engeren Sinne sind somit möglicherweise auch genealogisch und strukturell Vorläufer einer Kulturtechnik des Entwerfens, die schon etymologisch unter anderem auf das Nomen „Werft“ (Aufzug eines Gewebes, siehe Kapitel *Foyer*) verweist.

Es stellt sich nun die Frage, ob das Stricken mit seinen kennzeichnenden Eigenschaften der Nahtlosigkeit und Maschenbildung mehr sein kann als eine Metapher, ob es als textile epistemische Technik musterbildend für industrielle und massenkulturelle Prozesse begriffen werden kann. Der physische Strickprozess scheint in rekursive, symbolische Operationen, Formen und Formate in der Kultur überzugehen. In diesem Zusammenhang möchte ich noch einmal auf Andreas Reckwitz' Studie über das Kreativitätsdispositiv zurückkommen. Kreativität ist Reckwitz zufolge die konstante Schaffung von Neuem als Abweichung vom Standard oder vom Alten. Gleichzeitig wird Kreativität mit einem Modell des Schöpferischen verknüpft.<sup>436</sup> Stand Kreativität bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts mit dem Kunstbereich in Verbindung, hat sie sich im Verlauf des vergangenen Jahrhunderts in sämtliche gesellschaftliche Bereiche als Imperativ des Kreativseins und Form eines „ästhetischen Kapitalismus“ ausgebreitet.<sup>437</sup> Blaupause für die gesellschaftliche Ästhetisierung und die Kreativitätskultur war Reckwitz zufolge die Kunst. Von dort aus übernahmen die Mode, das Design und die Werbung als erste Wirtschaftsbereiche die Etablierung des Kreativitätsdispositivs, indem sie ihren Werken durch „die Produktion neuartiger Zeichen, Sinneseindrücke und Affekte“<sup>438</sup> einen ästhetischen Mehrwert verliehen.

Allen voran die Modeindustrie entwickelte sich laut Reckwitz im 20. Jahrhundert zu einem kulturellen Leitformat der Ökonomie. Von der Kunst übernimmt die Mode das Starsystem der „Künstler-Designer“; mit der Haute Couture wird Kleidung als Kunstwerk etabliert. Die Mode bringt jedoch durch ihre kulturelle Gedächtnisfunktion (Archiv) als konsum-, massen- und populärkulturelles Organisationsprinzip des Gestaltens, der Aufmerksamkeitssteuerung und historischer Ästhetiken auch eigene Strukturen ein. Zur Modeindustrie wird die zuvor handwerklich gefertigte Haute Couture aber erst, wenn auch die Textilindustrie qualitativ hochwertige Kleidung produzieren kann und so Mode demokratisiert wird.<sup>439</sup> Damit sagt Reckwitz aus, dass ein Strang der *Creative Industries* und des Kreativitätsdispositivs heutiger Kultur nicht nur auf Mode zurückgeht, sondern auf textile Kulturtechniken. Populärkulturelle Formate wie das nahtlose Konsumieren von Serien (*Binge watching*), *loop* und *stitch* als digitale Technik auf *Social-Media*-Plattformen und künstlerisches Mittel oder das *Sampling* in der Musik könnten in dieser Interpretation auf textile Kulturtechniken und Entwurfsprozesse sowie Mode zurückzuführen sein. Diese Hypothese müsste im Anschluss an diese Studie allerdings noch weiter untersucht werden.

---

436 Siehe Reckwitz, *Die Erfindung der Kreativität*, 10.

437 Reckwitz, 11.

438 Reckwitz, 140.

439 Siehe Reckwitz, 168.

Mit Ingold lassen sich die Textilität des *making* und ihre handwerklichen Praktiken im Nachgang der *Craft*-Bewegung dem Architektonischen und dem Digitalen gegenüberstellen.<sup>440</sup> Er schreibt dazu:

[T]he textility of building gave way to an architectonics of pure form. And from that point on, despite their common etymological origin, the technical and the textilic were set radically divergent paths. While the former was elevated into a system of operational principles, a *technology*, the latter was debased as mere craft [...].<sup>441</sup>

Hier trennten sich Ingold zufolge Praxis (das Textile) und Technologie (das mediale Format). Anstelle des Webens, das Ingold eher metaphorisch für Textilität in Anschlag bringt, erscheint allerdings wiederum das Stricken als passendere Vorläufertechnik und Muster, also als Modell für das Paradigma des kreativen *making* als konkrete und praktische heutige Ausformung der Kulturtechnik *Entwerfen* unter dem Einfluss des Kreativitätsdispositivs. Die operative Logik des Strickens verdeutlicht den iterativen und improvisatorischen Charakter des Entwerfens und des *making*. Nicht nur in der Warenlänge, auch in der Warenbreite kann die Stricktechnik ihre Größe flexibel variieren. Gleichzeitig ist sie aber auch fragiler, weil alles an nur einem Fadensystem hängt. Stricken setzt zunächst keinen formalen (Web-) Rahmen oder sinnstiftende mediale Formate voraus, sondern bildet durch die gestaltende, technische Verarbeitung des materiellen Fadens symbolische und kulturelle Bedeutungsangebote aus. Aus dieser Sicht scheinen textile Kulturtechniken wie das Stricken durchaus mehr zu sein als eine Metapher, sie scheinen historische oder strukturelle Vorbildfunktionen für Gestaltungsprozesse einzunehmen. So stellt etwa die Maschenbildung eine Grundstruktur iterativen und rekursiven Arbeitens dar, und die Nahtlosigkeit bei *Hanro* fungiert als Ordnungsprinzip kooperativer Prozesse.

Als ganz konkretes Beispiel ließe sich die kreative Praxis des *Urban Knittings* anführen. Die auf den ersten Blick sinnlose Verschönerung grauer Stadtarchitektur, zum Beispiel die „Einstrickung“ von Laternenpfählen, die neue, widerständige Zeichen in der Stadt produziert, kann als Versuch gedeutet werden, kaum mehr wahrnehmbare Gesamtsysteme (unsichtbares Design) nicht nur sichtbar, sondern auch haptisch begreifbar und taktil zu machen. Ein weiteres Beispiel sind Software-Modifizierungsprogramme für Heimstrickmaschinen, die von der *Maker*-Bewegung benutzt und verbreitet werden.<sup>442</sup> Hier ließe sich exemplarisch eine weitere konkrete Form der Vermittlung des physischen Strickens in die digitale Programmierung untersuchen, bei der sich textile epistemische Operationen und Muster wie die Masche bzw. der *loop* medienökologisch durchschleifen.

---

440 Siehe Ingold, „The Textility of Making“.

441 Ingold, 93, Herv. im Orig.

442 Siehe Lea Albaugh, „Languages for 3D Industrial Knitting at Strange Loop“, <http://lea.zone/blog/>, 22. September 2016, <http://lea.zone/blog/knitting-at-strange-loop/>.

Insgesamt scheinen Praktiken des kreativen *making*, die dem Modell des Strickens folgen, also Eigenschaften aufzuweisen, die gegenüber der ressourcenverachtenden und neoliberalen Logik der ästhetischen Ökonomie des Kreativitätsdispositivs widerständiges Potenzial enthalten könnten. Gerade das im Vergleich zu *Urban Knitting* profanere private Stricken von Kleidung ist eine Form kreativer (Re-)Produktionsarbeit, die Individuen die eigenständige materiell-symbolische Ding- und Sinnproduktion anstelle des Konsums modeindustrieller Fertigprodukte und Ästhetiken ermöglicht.

Diese Studie jedoch konzentrierte sich auf industrielle Entwurfsprozesse und Serienproduktion von Kleidung. Die *Hanro AG* kann, wie dargestellt, mit ihren auf Qualität, Sorgfalt und Handarbeit ausgerichteten Entwurfs- und Produktionsweisen als Beispiel für die Versöhnung zwischen Handwerk und moderner Industrie genannt werden, und als historischer Versuch gelten, das Gute aus beiden Bereichen zu vereinen. *Hanro* verband über Jahrzehnte hinweg erfolgreich Massenproduktion, handwerkliche Genauigkeit und Individualität und generierte so Bedeutung und einen Mehrwert für ihre Produkte. Widerständige bzw. progressive Episoden der Firmengeschichte wie der überdurchschnittliche Einfluss weiblicher Designerinnen könnten dabei ein Effekt eben jener Potenziale textiler Kulturtechniken und des Strickens sein, die verordneten, architektonischen *top-down*-Ansätzen der kapitalistischen Moderne entgegenstehen. Erst Ende der 1980er Jahre verlor ihr Ansatz gegen das hegemoniale Produktionssystem, um dann außer Konkurrenz und rückwirkend (also rekursiv) von ebender Gesellschaft, deren Kultur *Hanro* durch ihre textilen Machwerke jahrzehntelang geprägt hatte, durch die Aufnahme ins *Museum.BL* selbst von der Qualitätsmarke zum Kulturgut erhoben zu werden.