

In Kleidern nackt. Eine Einleitung in die Geschichte der Trikotkleidung	9
---	---

I. Durchlüftung der bürgerlichen Garderobe

Trikotagen als Vorreiter einer bewegungsgerechten Bekleidungskultur

1. Von den «Hosenlismern» zur Wirkwarenindustrie. Trikotfabriken und mechanische Strickereien als neue Akteure auf dem Fertigkleidermarkt	35
Wirkerei und Strickerei, Trikot und Maschenwaren: Begriffsklärungen	39
«Hosenlismern» und Strumpfweber: ein historischer Überblick	46
Industrialisierung der Produktionsmittel	50
Die Anfänge der schweizerischen Trikotindustrie	56
Der Schweizerische Wirkerei-Verein (SWV)	63
Fabrikmässige Produktionsorganisation	66
Fertigkleiderfabrikation im 19. Jahrhundert	71
2. Abhärtungswäsche für den männlichen Leistungskörper. Das Wollsystem des Stuttgarter Heilpraktikers Gustav Jaeger	83
Kleiderreform als Lebensreform	85
Gustav Jaegers wissenschaftliche Tätigkeit	89
Wollkleidung als Gesundheitsregime	95
Das «Normaltrikothemd»	101
Die erfolgreiche Allianz von Trikotindustrie und Populärwissenschaft	104
Sport als Gebrauchsargument	111
3. Hemdhosen und Korsettüberzieher. Weibliche Unterkleidung zwischen Reformkleiddiskurs und Aussteuerkultur	115
Die bürgerliche Frauenkleidung	116
Stützwäsche als Medium der Geschlechterkonstruktion	121
Weisse Wäsche als Weiblichkeitsdomäne	123
Vorstösse zur Reformierung der Frauenkleidung	128
Vereinfachung der Unterkleidung	133
Strickkorsagen und Korsettüberzieher	134

4. <i>Swiss ribbed underwear</i>. Die schweizerische Feinstrickerei als innovative Exportindustrie	139
Von der Strumpfstrickerei zur Leibchenfabrikation	140
Produktinnovation <i>swiss ribbed underwear</i>	143
Aufschwung zur Weltindustrie	148
Themen der frühen Werbeunterlagen	151
Innovationsnetzwerke	155
Herausforderungen der Betriebsführung	158
Fabrikordnungen	163
Absatzpolitik als «Reiserei» mit dem Musterkoffer	166
5. Trikotagen als Vorreiter einer bewegungsgerechten Bekleidungskultur. Fazit	171

II. Zwischen Eleganz und Sexappeal

Trikot wird gesellschaftsfähig

1. Die Figur als Blickfang. Mode, Medien und Maschenwaren in der Zwischenkriegszeit	181
Das neue Bild der Frau	182
Modediskurs und Haute-Couture-System	186
Jerseykleider und Kunstseidenstrümpfe	189
Begradigung der Unterkleidung	192
Die Figur als Blickfang der Strickwarenpräsentation	198
Die mediale Herstellung des Schönheitsideals	202
Formfester Bekleidungsunterbau	205
Die «Wiederkehr der Weiblichkeit» in der Maschenwarenindustrie	209
2. Charmeuse-Wäsche. Die Allianz von Kunstseidenproduktion und Maschenwarenindustrie	213
Die Schweiz als Produktionsstandort der Kunstseidenindustrie	214
Genossenschaft der Kunstseideverbraucher in der Trikotagenbranche (GKT)	217
Die Allianz von Kettenstuhltechnologie und Kunstseidenproduktion	220
Damendessous aus Amriswil	224
Kunstseide als eigenständiges Garnmaterial	228
Endverbraucherorientierte Werbeaktivitäten	230
Forschungsfelder der Textilchemie	232
Koordination des Forschungsbedarfs	234
Texturierte Kräuselgarne	237

3. Sportanzüge und Badetrikots. Prototypen der körpernahen Second-Skin-Kleidung	239
«Sportgerecht» und «sportmässig»	242
Der sichtbar gemachte Körper als Signum moderner Selbsttechnologien	246
Schwimm- und Badekostüme aus Trikotstoff	249
Vom Seebad zum Strandbad	252
Gemischtgeschlechtliche Körperkultur	253
Erste Schweizer Bademodeschau	256
Der Trikotbadeanzug als Prototyp der Second-Skin-Kleidung	260
Textil- und werbetechnisches Experimentierfeld	262
 4. Mode aus Maschenstoff. Betriebswirtschaftliche Herausforderungen	 265
Konjunkturerinbruch der Zwischenkriegszeit	266
Inlandorientierung und Markenpolitik	268
Ambivalenz der Modeproduktion	276
Rentabilität durch Kostenstudium	280
Verwissenschaftlichung der Produktionsorganisation	282
 5. Trikot wird gesellschaftsfähig. Fazit	 285

III. Aufstieg der Unterwäsche

Maschenwaren als zweite Haut des Fitnesskörpers

1. Leitbild Jugend. Synthetikfasern, Massenkonsum und Strickkleidung	291
Jugendmode, Popkultur und Fertigteileindustrie	294
Synthetikfasern als Grundstoff des Massenmodemarkts	296
Systematisierung der Konfektionsgrößen	299
Technisierung der Produktion	301
 2. Pullover und T-Shirts. Maschenwaren als multifunktionale Allroundkleidung	 305
Wirkwarenkonsum und Lebensstilentwicklung	308
Automobile Garderobe	310
Casual Wear und American Look	312
Geschmackskompetenz und «Jersey-Stil»	318
Public Relations des Schweizerischen Wirkerei-Vereins	322
Jugendliche Anti- und Kombinationsmode	325
Jeans-T-Shirt-Bequemkleidung	327

3. Slips und Pyjamas. Standardartikel für die Serienfabrikation	331
Der Slip als anatomiegerechte Schnittinnovation	332
Sortimentspolitik der Trikotfabrik Sallmann	335
Der Männerslip als Markenartikel	337
Händler- und Markenkommunikation	342
Differenz durch Veredelung	344
Professionalisierung der Werbesprache	346
Betriebswissenschaftliche Reorganisation	348
Solides Familiensortiment aus Sursee	353
 4. Bodywear. Gestrecktes Anforderungsprofil der hautnahen Kleidung	 357
Just-in-time-Produktion	360
Internationalisierung und Outsourcing	363
Emotionalisierung der Produktkommunikation	365
Lifestyle-Kollektionen	369
Unterkeidung als Oberkeidung	370
Der Körper als Bioaktie	373
Stretching und Stretchkeidung	375
Selbstmanagement mit Funktionstextilien	378
Bodyforming und Bodywear	380
 5. Maschenwaren als zweite Haut des Fitnesskörpers. Fazit	 383
 Leitvision Second Skin. Fazit und Ausblick	 389
 Dank	 399
Quellen und Literatur	401
Abbildungsnachweis	426