Staatliches
Textil- und Industriemuseum
Augsburg

Fotocredits zur Buchvorstellung „Verführerisch – Studien zur Konsumgeschichte des Strumpfs“ / Übernahme der Sammlung des Deutschen Strumpfmuseums

am 18.10.2022 im tim

Fotos nur zur redaktionellen Nutzung!

01_Werbetafel der Firma Kunert aus dem Jahr 1961

Bildnachweis: Staatliches Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim)

02_Designer-Strumpfhose „Diament“, 1992

Zwischen 1984 und 1995 entwickelte und produzierte Kunert in Lizenz die Strümpfe und Strumpfhosen für das Pariser Modehaus Yves Saint Laurent. Mit etwa 800 Swarowski-Steinen ist die Strumpfhose „Diament“ besetzt, die zum stolzen Preis von 290,- DM in den Handel kam.

Bildnachweis: Staatliches Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim)

03_Strumpfverpackungen

Strumpfverpackungen der Firma Hudson aus dem Jahr 1968. Die bunten Motive stammen vom international renommierten Modegrafiker Antonio Lopez, den Hudson eigens für die Gestaltung engagiert hatte.

Bildnachweis: Staatliches Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim)

04_Strumpfautomat, Anfang 1950er Jahre

Der erste Strumpfautomat wurde wohl 1952 in Deutschland aufgestellt. Das Ereignis war so sensationell, dass die Nachrichtenagentur dpa darüber in den meisten Tageszeitungen berichtet hatte. Bei anderen Produkten wie Zigaretten, Schokolade, Blumen und bestimmten Lebensmitteln kannte der Verbraucher den Automaten schon. Fachkreise sahen 1961 kein Problem im Automatenverkauf, wenn die Kundin ihre Größe, Farbe und Machart kannte.

Bildnachweis: Staatliches Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim)

05_Kundin kauft Strümpfe am Automaten_1950er Jahre

Bildnachweis: Ullstein

06_Strumpfverpackung der Firma Kunert für das Modell „Soraja“ 1953
Der Strumpfhersteller Kunert benannte in den 1950er Jahren sein Modell „Soraja“ nach der Frau des damaligen Schahs von Persien. Unternehmer Julius Kunert und seine Gattin

übergaben Soraya persönlich ein Paar solcher Strümpfe bei einem Treffen auf dem Bonner Petersberg. Das persische Kaiserpaar weilte damals anlässlich eines Staatsbesuchs in der Bundesrepublik.

Bildnachweis: tim

07 / 08_Werbeaufsteller der Firma Kunert für das Strumpfmodell „Soraja“_1953

Bildnachweis tim

09_Werbeaufsteller der Firma Kunert für das Strumpfmodell Chincilla_1967

Bildnachweis tim

10_Henkelmann

Nach dem Zweiten Weltkrieg verlagerten zahlreiche Strumpfunternehmen ihren Firmensitz aus Sachsen nach Westdeutschland. In den neuen Fabriken in der Bundesrepublik fanden zahllose Menschen Lohn und Brot. Verpflegungsmöglichkeiten boten Betriebskantinen, alternativ brachten viele Arbeiterinnen und Arbeiter ihr Essen von zuhause selbst mit zur Arbeit. Oftmals im legendären „Henkelmann“, einem mehrstöckigen Topf mit Tragegriff, in dem die Speisen getrennt übereinandergestapelt waren.

Bildnachweis: Staatliches Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim)

11_Buchcover_Verführerisch

Strümpfe – für die einen lediglich ein funktionales Kleidungsstück, für die anderen jedoch ein textiles Accessoire, das hocherotisch aufgeladen ist. Vor allem am weiblichen Bein beflügeln Strümpfe seit Jahrhunderten die Fantasie der Betrachter – ein Umstand, den die Werbung im Zeitalter des Kapitalismus zu nutzen weiß. Die Kulturwissenschaft verortet Strümpfe im Spannungsfeld von Erotik und Moral, in dem die tiefere Dialektik von Verbergen und Zeigen wirksam ist. Die im vorliegenden Band versammelten Beiträge fragen nach Vertrieb, Marketing, Werbestrategien, Moden, Körper- und Geschlechterbildern, moralischen Tabus, literarischen Verarbeitungen und filmischen Thematisierungen dieses so attraktiven Kleidungsstücks und erlauben damit einen instruktiven Einblick in eine bis dato nur wenig erforschte deutsche Konsumgeschichte.

Michaela Breil / Karl Borromäus Murr (Hg.)
Verführerisch - Studien zur Konsumgeschichte des Strumpfes in Deutschland
Verlag Friedrich Pustet, 2022
ISBN 978-3-7917-3274-9
92 Seiten, 83 z. T. farbige Abbildungen, Hardcover
€ (D) 29,95