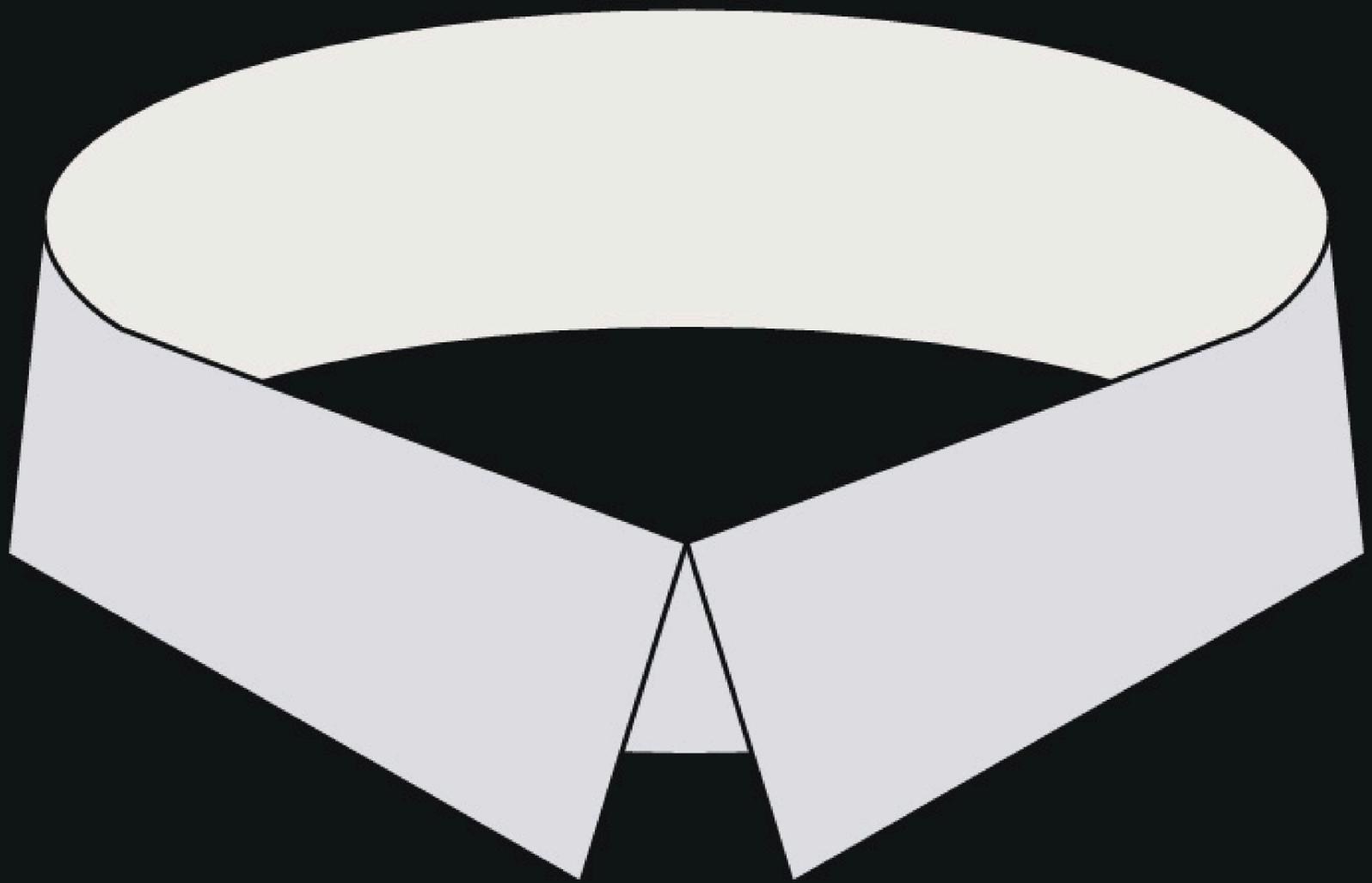


# Angeknöpft

## Facetten des weißen Kragens



**Eine Ausstellung  
von Master-Studierenden des  
Lehrstuhls für Vergleichende  
Kulturwissenschaft**

**ab 22. Januar 2025  
vor den Büros  
PT 3.0.35**



Universität Regensburg



Abb. 1 Alberto Santos-Dumont, um 1900 der einen hohen, weißen Ansteckkragen trägt.

## Angeknöpft. Facetten des weißen Kragens.

---

Ein Zufallsfund im Kleiderschrank: 20 weiße Krägen, aus Stoff genäht, gestempelt, verpackt, meist ungetragen. Sie bilden den Ausgangspunkt für ein Projektseminar und – daraus entstehend – eine Ausstellung und ihre Fragen: Wo wurden sie gefertigt? Wie und von wem gekauft? Gibt es eine in ihnen enthaltene Symbolik? Welche?

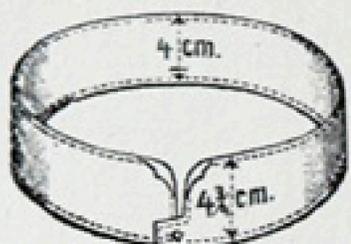
Wir reihen uns mit dem Projekt in eine Fachtradition ein, die seit über 150 Jahren Objekte erforscht. Zunächst wurden Typologien gebildet, dann nach „Dingbedeutsamkeit“ (K.-S. Kramer) gefragt, später „Form, Funktion, Bedeutung“ (G. Korff) untersucht. In den Objekten bildet sich – so der Tenor der Forschung – die Gesellschaft, der sie entstammen, ab und sie wirken auf diese.

Weißer Ansteckkragen wurden zwischen 1880 und 1930 millionenfach für die neu entstandene Berufsgruppe der Angestellten produziert. Das Weiße, z.B. am Kragen, galt als Distinktionsmittel gegenüber denjenigen, die sich bei der Arbeit schmutzig machen mussten. In Zeiten ohne Waschmaschine und mit geringem Gehalt wurde nur der Kragen ausgetauscht, anstatt das ganze Hemd. Damit erklärt sich der hohe Bedarf an Ansteckkragen.

Der weiße, enge Kragen brachte eine Körperhaltung mit sich, die mit Korrektheit, Disziplin und Ordnung einherging – Tugenden, die der neue Beruf im Büro erforderte. So ist der weiße Ansteck-Kragen mehr als ein Kleidungsstück: Er symbolisiert die Werte einer spezifischen Zeit.

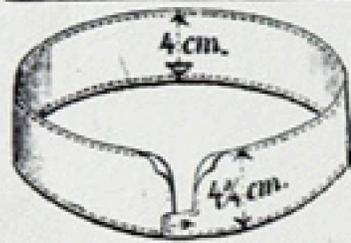
# Leinene Herren-Kragen.

Nur eigenes Fabrikat.



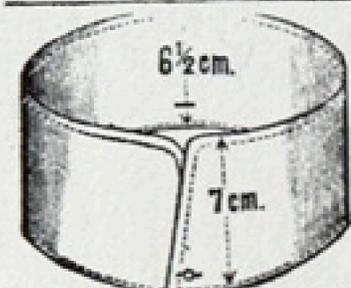
Shanghai IV. 85-46 cm Dutzend Mark **4.80**

**Bombay I.**  
37-46 cm, vorn 5 cm, hinten 4 cm hoch, Dutzend Mark **7.50**

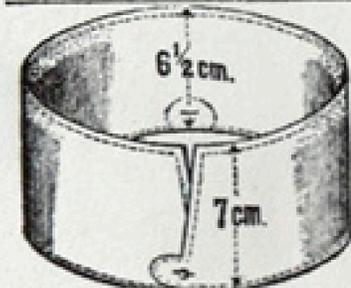


Nantes I. 85-48 cm, Dutzend Mark **7.50**

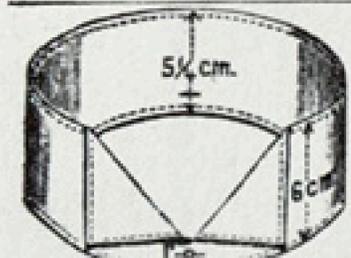
**Bülow III.** 85-46 cm, Dutzend Mark **5.75**



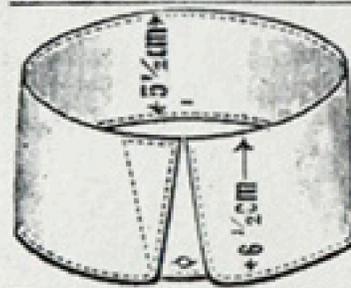
Lear I. 87-44 cm, Dutzend Mark **7.50**



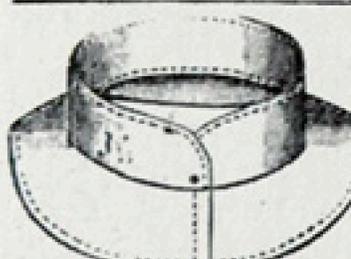
Falstaff II. 87-44 cm, Dutzend Mark **7.50**



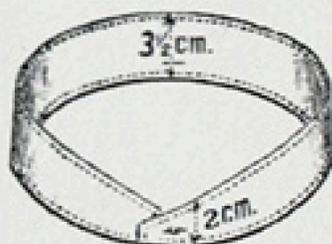
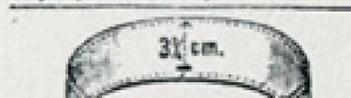
Vorschriftsmässige Marine-Form. Kairo I. 87-46 cm, Dutz. Mk. **7.50**



Tirpitz. 86-44 cm, Dutzend Mark **9.00**

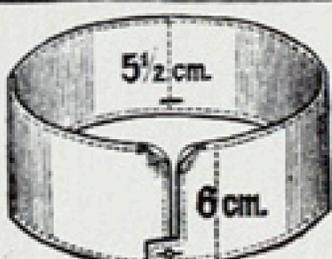


Knabenkragen Bruno. 28,30,32cm weit, Dutz. **4.20**

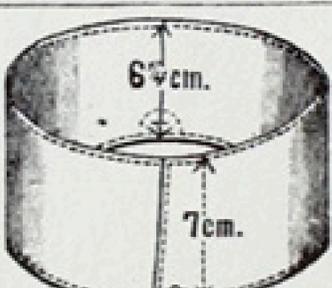


Mozart II. 37-46 cm, Dutz. Mark **5.75**

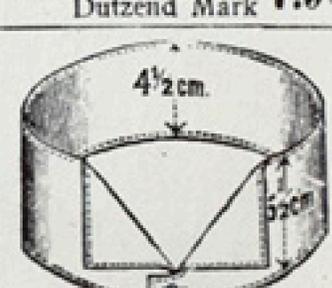
Qual. I, 40-50 cm, Dutzend Mark **7.50**



Nizza I. 38-46 cm, Dutz. Mark **7.50**



Oran I. 87-48 cm, Dutzend Mark **7.50**

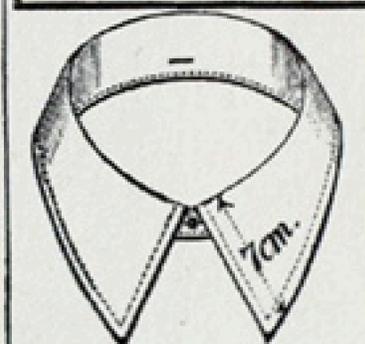


Vorschriftsmässige Marine-Form. Pola I. 87-46 cm, Dutz. Mark **7.50**

**Cobra I.** 85-46 cm, vorn 5 cm, hinten 4 cm hoch, Dutzend Mark **7.50**



**Jagd-Kragen Hubertus.**  
aus waschechtem, jagdgrünem Perkal, Halsweite 88-44 cm, Dutzend Mark **5.50**

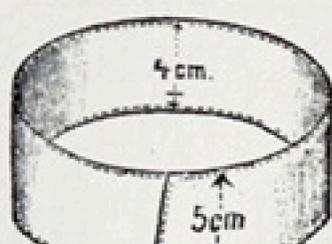


Jordan II. 85-50 cm, Dutz. Mk. **5.75**

Qual. I, 85-50 cm, Dutzend Mark **7.50**

**Extra-Anfertigung** innerhalb 8-10 Tagen. Preiserhöhung: Dutz. Mk. **0.50-1.00**

Die hinter dem Namen ange-

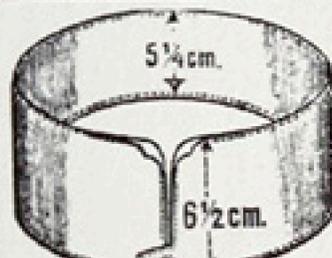


Aristokrate II. 85-46 cm, Dutz. Mark **5.75**

Qual. I, 87-44 cm, Dutzend Mark **7.50**

**Royal II.** 85-46 cm, vorn 4 1/2 cm, hinten 3 1/4 cm hoch, Dutzend Mark **5.75**

**Chamisso I.** 40-50 cm, vorn 4 cm, hinten 3 1/2 cm hoch, Dutzend Mark **7.50**



Portsmouth I. 86-45 cm, Dutz. Mk. **7.50**

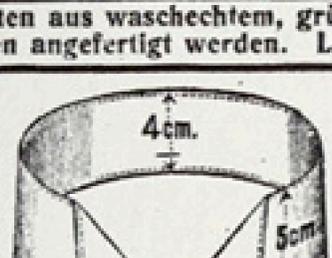
**Münster III.** 85-44 cm, vorn 6 1/4 cm, hinten 5 cm hoch, Dutzend Mark **5.75**

**Warrington I.** 87-48 cm, vorn 5 1/2 cm, hinten 4 1/2 cm hoch, Dutzend Mark **7.50**

**Komet III.** 85-46 cm, vorn 5 1/2 cm, hinten 4 1/2 cm hoch, Dutzend Mark **5.75**



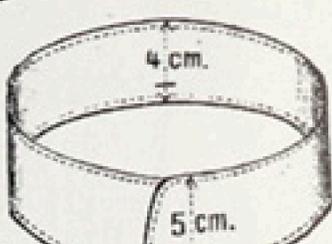
**Jagd-Manschetten Diana.**  
aus waschechtem, jagdgrünem Perkal, Weite 26-28 cm, Dutz. Paar **9.00** Mark



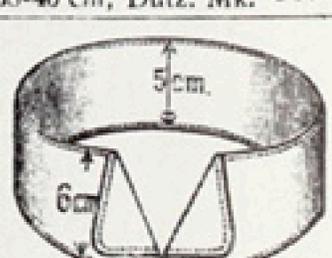
Griffin I, 85-50 cm, Dutz. Mk. **7.50**



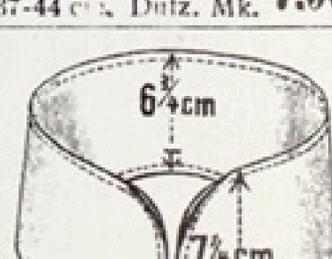
Santos Ia. 40-50 cm, Dutz. Mk. **9.00**



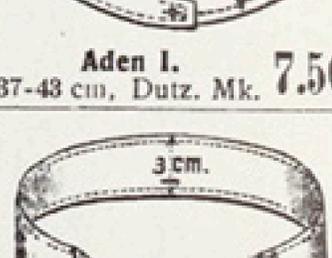
Verdi II. 38-46 cm, Dutz. Mk. **5.75**



Abazzia I. 37-44 cm, Dutz. Mk. **7.50**



Aden I. 37-48 cm, Dutz. Mk. **7.50**



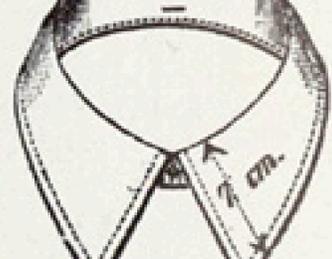
Tunis I. 40-50 cm, Dutz. Mk. **7.50**



Oberon III. 85-46 cm, vorn 4 1/2 cm, hinten 3 1/2 cm hoch, Dutzend Mark **5.75**



Rlenzi III. 87-44 cm, Dutz. Mk. **7.50**

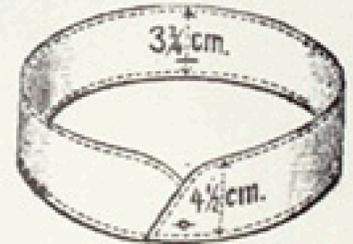


Windsor. 86-46 cm, Dutz. Mk. **9.00**



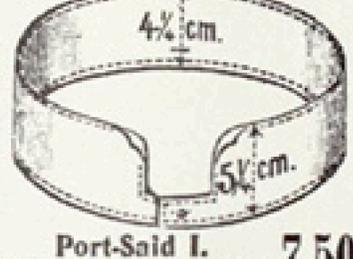
Knabenkragen Charles. 80-84 cm, Dutz. Mk. **6.00**

**Fredy.** Mit geraden Ecken, Dutzend Mk. **6.00**

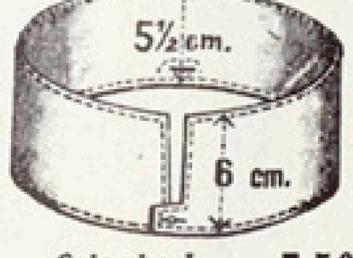


Suppé II. 35-46 cm, Dutz. Mk. **5.75**

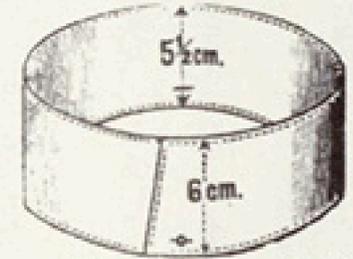
Qual. I, 38-46 cm, Dutz. **7.50**



Port-Said I. 37-46 cm, Dutz. Mk. **7.50**

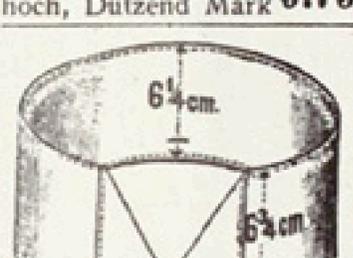


Colombo I. 37-46 cm, Dutz. Mk. **7.50**



Barbada I. 37-44 cm, Dutz. Mk. **7.50**

**Marsala II.** 87-46 cm, vorn 5 1/2 cm, hinten 4 3/4 cm hoch, Dutzend Mark **5.75**



Vorschriftsmässige Marine-Form. Pola I. 87-46 cm, Dutz. Mark **7.50**



Windsor. 86-46 cm, Dutz. Mk. **9.00**



Knabenkragen Charles. 80-84 cm, Dutz. Mk. **6.00**

**Fredy.** Mit geraden Ecken, Dutzend Mk. **6.00**



Sind mehrere Bezeichnungen u. Preisangaben unter einer Abbildung, so beziehen sich die in der ersten Rubrik befindlichen auf die Abbildung selbst; die in den nächsten Abschnitten unter-

# Der abnehmbare Kragen - Distinktives Merkmal einer neuen Schicht

Durch gesellschaftliche und wirtschaftliche Umbrüche im Zuge der Industrialisierung formierte sich im 19. Jahrhundert nicht nur das sogenannte Bürgertum, sondern auch eine neue, breite Berufsgruppe: die (Büro-)Angestellten. Mit dem weißen, gestärkten Kragen setzten die "White-Collar-Worker" sich deutlich von denjenigen ab, die mehr körperliche Arbeit im "Blue-Collar" (Blaumann) ausführten. Die Wahl bestimmter Kleidungsstücke trug zur Identifikation und zur Abgrenzung bei. Attribute wie der weiße Kragen wurden als Zeichen für Gruppenzugehörigkeiten verstanden. "Weiße-Kragen-Kriminalität" bezeichnet zum Teil auch heute noch Verbrechen, die wirtschaftliche Bezüge aufweisen.



Abb. 3 Ausschnitt Fotografie von Unbekannt, Bürosituation um 1900.

Die Wahl der Farbe Weiß für den Kragen ist keineswegs zufällig. In höchstem Maße ist Weiß mit facettenreichen symbolischen Bedeutungen aufgeladen. Als Farbe des Lichts vereint es dessen positive Eigenschaften. Weiß steht in verschiedenen Religionen für das Göttliche. Beispielsweise findet sich die weiße Farbe in der Kleidersymbolik im Christentum wieder: Taufe, Kommunion, Hochzeit, Tod oder der Papst im Talar – sie alle werden mit weißer Garderobe assoziiert.

In die gleiche Richtung zeigen die symbolischen Bedeutungen von Weiß als Hinweise auf menschliche Eigenschaften und Gefühle: Es ist Symbol der Freude, der Reinheit, ein Zeichen der Ehrung. Die sprichwörtliche ‚weiße Weste‘ ist Metapher anständigen Verhaltens.

In der traditionellen Herrenmode ist Weiß also die höchste Farbe. "White tie" steht auf internationalen Einladungen zu großen Bällen, auf französischen Einladungen "cravate blanche". Tatsächlich bedeutet das nicht nur mit weißer Krawatte zu erscheinen, sondern auch im Hemd mit weißem Kragen. Es ist kein Wunder das die Mode der neuen Schicht der Angestellten auf entsprechende Farbsymboliken zurückgreift.

# Eine Frage der Haltung

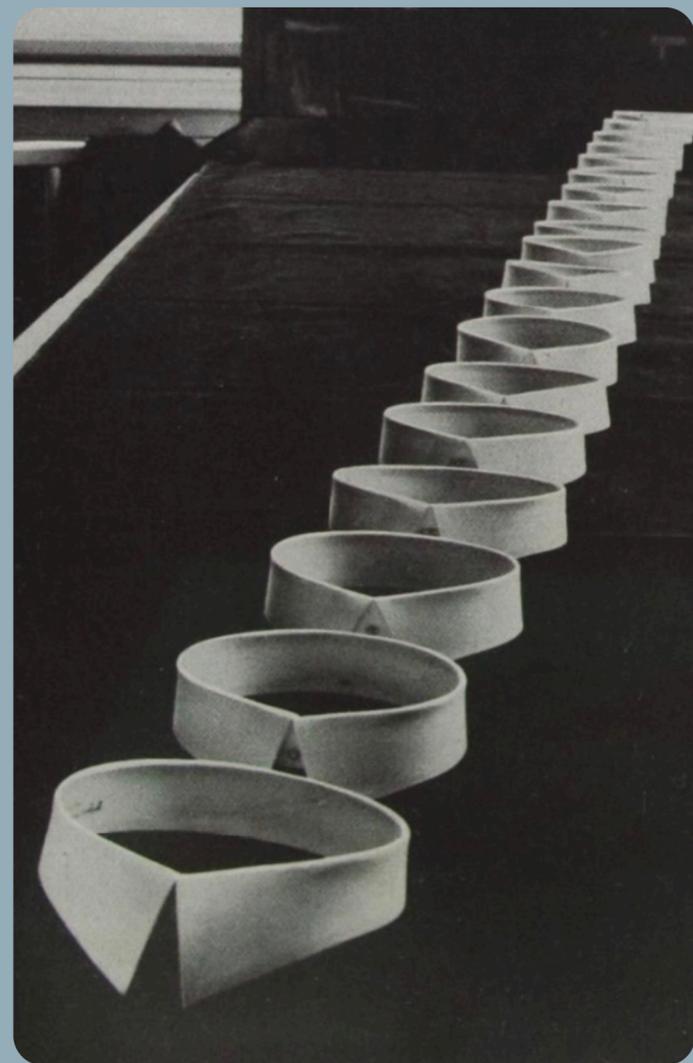
Auf historischen Gemälden tragen Adlige, Ratsherren oder Pfarrer weiße Krägen. Sie gehen keiner körperlichen, schmutzigen Tätigkeit nach. Diese Gruppen wurden im Laufe des 19. Jahrhunderts modisch zum Vorbild des Bürgertums. Steifheit und Makellosigkeit des Kragens symbolisierten Disziplin, Ordnung und gesellschaftlichen Status. Der Geschmack drückte sich auch in der Wahl des korrekten Kragens zum jeweiligen Anlass aus. Der weiße Kragen steht damit für Autorität, Privilegien und Arbeit im Kontor oder Büro.

Als distinktives Merkmal einer neuen Schicht wurde der Kragen auch in Abbildungen und Karikaturen zum Symbol. 1856 griff ein Illustrator der Berliner Blätter ein Thema auf, das für viele Alltag war: Das Weggeben nur der Hemdkrägen zu einer Wäscherin, da dies wesentlich günstiger war, als ganze Hemden waschen zu lassen.



„Herr v. Kümmelberg, wollen's die Güte haben und nachzählen; hier sind 35 Vatermörder und das Hemd, die vorige Wäsche steht auch noch mit 19 Vatermörder ohne dem Hemd, macht in Summa 58 fr.“

**Abb. 4** Ausschnitt aus Zeitschrift Fliegende Blätter (565) 1856:  
Bildunterschrift: *„Herr v. Kümmelberg, wollen's die Güte haben und nachzählen; hier sind 35 Vatermörder und das Hemd, macht 39. fr.; die vorherige Wäsche steht auch noch mit 19 Vatermörder ohne dem Hemd, macht in Summa 58 fr.“*

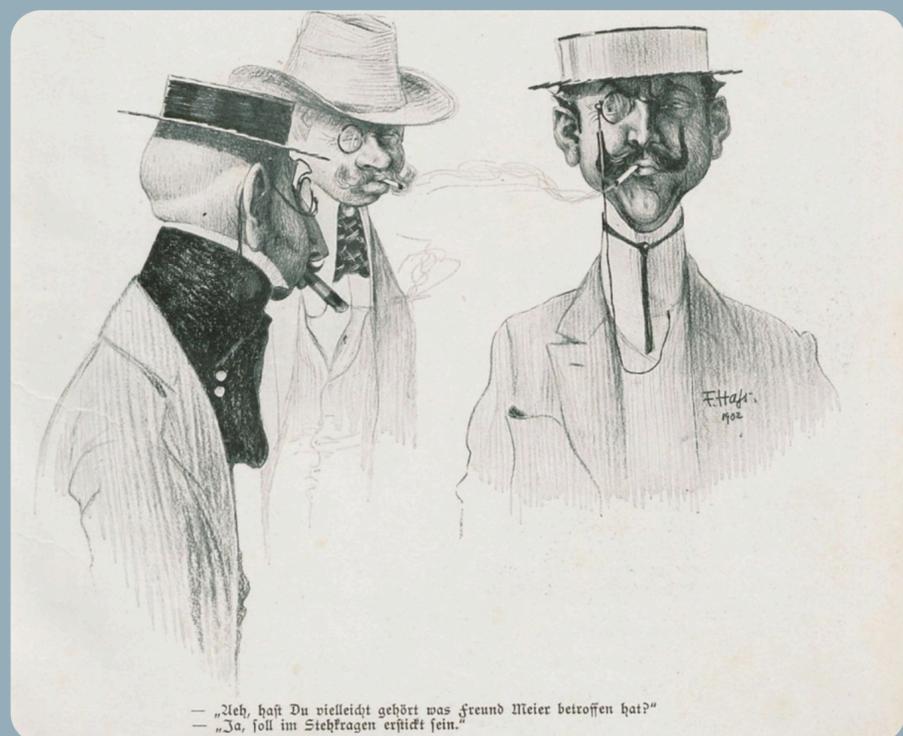


**Abb. 5** Kragen-Riege, Abbildung aus dem Kunstdruckband *„Der Querschnitt“*, 1926:  
Fotograf\*innen experimentierten in der neuen Sachlichkeit mit der Ästhetik des Produzierten.

Die Steifheit des Kragens hatte einen erheblichen Einfluss auf Haltung und Auftreten des Tragenden. Die hohen Krägen zwangen zu einer geraden Körperhaltung, die im Umkehrschluss nicht selten auf eine besonders würdevolle oder autoritäre geistige Haltung schließen lassen sollte. Die *„Zugeknöpftheit“* des Kragens verbildlicht Ideale wie Seriosität, Zurückhaltung und Professionalität – Eigenschaften, die in der formellen Geschäftswelt des frühen 20. Jahrhunderts hoch angesehen waren und es bis heute sind.

1902 überzeichnet der Karikaturist Fritz Hass diese *„Zugeknöpftheit“*, wenn er in der Bildunterschrift schreibt: *„Aeh, hast Du vielleicht gehört was Freund Meier betroffen hat?“* / - Ja, soll im Stehkragen erstickt sein.“

Kleider machen Leute, eine Plattitüde, die im Falle des steifen, ansteckbaren Kragens dennoch war ist - und zwar in vielerlei Hinsicht. Leute machen wiederum Kleider, so bietet ein anderer Blick auf den Kragen Einblicke in die Alltagsgeschichte: Um wirklich *„etwas besseres“* zu sein muss für all das, was eng am Körper zu liegen scheint, reinstes Weiß erzeugt werden. Die Pflege dieser weißen Wäsche, insbesondere der Krägen war dabei alles andere als einfach. Dies ist zeitgenössischen Berichten zu entnehmen:



**Abb. 6** Fritz Hass: *Zur Mode*, 1902.  
Ausschnitt aus den *Meggendorfer-Blättern*, 52.1903.

# Weißer Wäsche und Hygiene

In ihrer Autobiografie beschreibt Walburg Lehfeldt die alltäglichen Schwierigkeiten, die das Bleichen und Bügeln der Krägen, Brustteile und Manschetten mit sich bringt:

*“Die Mangel war mit Steinen beschwert, und wenn die Wäschestücke gut eingesprengt waren, wurden sie wirklich glatt. Am Anfang meiner Ehe, zur polnischen Zeit, benutzten wir noch einen kleinen Kohleofen in der Plättstube, in den man die Bolzen für das Plätteisen legte. Für jedes Plätteisen gab es zumindest zwei eiserne Bolzen, die abwechselnd zum Glühen gebracht wurden, und damit wurde gebügelt. Wie man das mit Kleidern machen konnte ist mir rückblickend ein Rätsel. Auch die Stärkewäsche, wie unter anderem die Krägen, Brustteile und Manschetten der Herrenhemden, war besonders schwierig zu bügeln, da sie bei besonders hoher Temperatur des Eisens gelb wurde und die Hemden somit neu gewaschen werden mussten.”*

**Walburg Lehfeldt:** Gut Lehfelde. Eine deutsche Geschichte 1932-1950 (Wie konnte das geschehen?) Frankfurt/Berlin 1988.

1876 entdeckte Robert Koch die Funktionsweise von Krankheitserregern. So kamen in der Gründerzeit zahlreiche Gesundheits- und Hygienereformen auf und körperlicher Sauberkeit wurde ein hoher Stellenwert zugeschrieben. Die weiße Wäsche lässt sich nicht nur am besten auskochen, sondern ist damit auch steril. Bis heute tragen Berufsgruppen, für die Hygiene wichtig ist, weiße Kleidung. Im Krankenhaus, in Arztpraxen, und in der Küche. „Weißzeug“ bezeichnete die Leibwäsche; das Weiß der Wäsche stand für Reinheit und Reinlichkeit. Damit das Weiß weiß blieb, wurde die Wäsche gebleicht, indem man sie ins Gras legte. Dieses bleicht, weil es Sauerstoff abgibt, und Sonne und Luft verblassen die Farben, das ist die ‚Rasenbleiche‘.

Als 1907 Persil erfunden wurde und allmählich die Handwäsche mit Aschenlauge ablöste, wurde es leichter, Weißheit von Wäsche herbeizuführen.

Die ikonische Weiße Dame tritt erstmals 1922 in der Plakatwerbung von Persil auf und steht sinnbildlich für das Versprechen nach strahlend weißer Wäsche.



Abb. 7 Persilwerbung von 1922.

# Weißer Ansteckkrägen: Ein Blick auf drei Firmen

## Anfänge der Kragenproduktion

Im 19. Jahrhundert setzte sich die englische Kragenmode durch, wodurch sich die heute bekannte Form des Herrenhemdes entwickelte. Viele Hemden bestanden damals und auch heute noch aus einem Vorderteil mit Knopfleiste, einem Rückenteil mit Schulterpasse, den Ärmeln und den Manschetten sowie dem Kragen, welcher oft aus mehrfach vernähten Stoffschichten gefertigt wurde. Was heute unüblich ist, damals jedoch alltäglich war, ist die Tatsache, dass der Kragen und die Manschetten separat an das Hemd angeknöpft wurden. Diese Fertigungsweise ermöglichte es, die Kragen und Manschetten unabhängig vom Hemd zu reinigen oder auszutauschen, was sowohl hygienische als auch modische Vorteile bot und zudem mit Sparsamkeit einherging, da nur Teile des Hemdes gewaschen bzw. ausgetauscht werden mussten.

## “Horne Brothers Ltd.” als Beispiel für die britische Kragenmode



Abb. 8 Die Straßenfassade von Horne Brothers Limited in der Newgate Street 49–50, London 1923.

A vintage advertisement for Horne Brothers Limited. The top part features a black and white illustration of a man in a striped shirt and tie, sitting in a chair and reading a letter. The text "Very personally yours" is written in a cursive font above him. Below the illustration, the text reads "SHIRTS MADE TO MEASURE IN 'TRICOLINE'". To the left of this text is a circular logo showing a stack of folded shirts and a pair of scissors. Below the logo, the text "HORNE BROTHERS LIMITED" is printed in a bold, sans-serif font. At the bottom of the advertisement, the address "HORNE BROTHERS LIMITED, 415/417 OXFORD STREET, LONDON, W.1." is listed, along with the note "Branches throughout London and the Provinces." and the number "55.H.1" in the bottom right corner.

Abb. 9 Werbeanzeige von Horne Brothers Limited.

“Horne Brothers Ltd.” war eine britische Herrenbekleidungskette mit mehreren Filialen. Das Unternehmen spezialisierte sich auf Herrenmode und führte auch Ansteckkrägen unter dem Namen “Suprema” im Sortiment. Da das Unternehmen mittlerweile nicht mehr existiert, konnten im Rahmen dieser Recherche leider keine weiteren Informationen in Erfahrung gebracht werden.

**HORNE**  
BROTHERS LIMITED  
*for Everything a Man Wears*

Gervis Hall, Gervis Place, BOURNEMOUTH

Served by *[Handwritten]* Date *[Handwritten]* Exd. by *[Handwritten]*

*[Handwritten: Jacket 63]*

*[Handwritten: 64]*

TERMS: NET CASH

IF THIS PURCHASE AND THE SERVICE WE HAVE GIVEN ARE NOT TO YOUR ENTIRE SATISFACTION, WILL YOU REPORT THE MATTER TO THE BRANCH MANAGER OR WRITE TO C. F. HORNE

Central Establishment:  
415-417 OXFORD STREET, W.1  
Telephone Nos. MUSEum 3321 (10 lines)

West End Branches:  
90-92 OXFORD STREET, W.1 MUSEum 3321 (10 lines)  
4 OXFORD STREET, W.1  
125 to 130 STRAND, W.C.2  
388 STRAND, W.C.2  
47-49 CHARING CROSS ROAD, W.C.2  
28-29 COVENTRY STREET, W.1  
421-422 STRAND, W.C.2

City Branches:  
50 NEWGATE STREET, E.C.1 MUSEum 3321 (10 lines)  
97 GRACECHURCH STREET, E.C.3  
105 BISHOPSGATE, E.C.2  
95 MOORGATE, E.C.2

Also at

CROYDON : 38-40 North End CROydon 1185  
BIRMINGHAM : 21-22-23 New Street, 2 MIDLAND 0501-2  
MANCHESTER : 109 Market Street, 1 DEANS GATE 3979  
LEEDS : 64 Briggate, 1 LEEDS 27291  
WOLVERHAMPTON : 3a, 4 Queen Street WOLVERHAMPTON 22434  
LIVERPOOL : 77-79 Dale Street, 2 CENTRAL 4979  
HULL : 38 Jameson Street CENTRAL 36214  
BRIGHTON : 63-66 North Street BRIGHTON 22969  
BRISTOL : 26 Clare Street, 1 BRISTOL 25402  
EXETER : 206-7 High Street EXETER 4804  
BATH : 21 and 22 Union Street 4 and 5 Union Passage BATH 2396  
BOURNEMOUTH : Gervis Hall, Gervis Place

Abb. 10 Auftragsblock der Horne Brothers, Ltd., Herrenmode, Gervis Hall, Gervis Place, Bournemouth, Dorset. Zusehen ist hier eine Liste mit den Standorten um 1930 in vielen britischen Städten.

## “ETERNA” und die Innovation des halbsteifen Kragens in den 1920er Jahren

Die beliebtesten Eterna-formen

ZENITH M1.40  
UNICA M1.10

START M1.10  
FINISH M1.40

PLANET M1.40  
POLO M1.10

**Eterna**  
halbsteif

Die Geschichte der “ETERNA Mode GmbH”, gegründet 1863 in Wien von Bernhard Hönigsberg und Salomon Singer, verdeutlicht nicht nur exemplarisch das Transformationsvermögen eines Unternehmens, sondern spiegelt auch den kulturellen Wandel in der Herrenmode. „ETERNA“ – „ewig“ – verweist dabei symbolisch auf die angestrebte Qualität und Beständigkeit der Produkte.

Besondere Aufmerksamkeit verdient die Rolle der Kragenproduktion in der Firmengeschichte: In den 1920er Jahren etablierte sich “ETERNA” mit halbsteifen Kragen aus einem von der Firma patentierten Doppelgewebe als wegweisender Akteur in der Modebranche. Diese losen Krägen, die an Hemden mit Stehkragen befestigt werden konnten, waren wesentlich komfortabler zu tragen, als die bis dahin gefertigten, fünfflagigen gestärkten Stoffkrägen und setzten sich rasch durch.

So änderten sich soziale und ästhetische Normen in der Männermode: “Halbsteif” wurde zum Synonym für weniger Zwang und mehr Bequemlichkeit.

Abb. 11

1929 führt “ETERNA” den halbsteifen Kragen aus ägyptischer Makobaumwolle ein. Das strapazierfähige Baumwoll-Doppelgewebe, das auf eine Lebensdauer von 50 Wäschen geprüft wurde, wird zu einem Preis von 90 Reichspfennigen bis 1,25 Mark angeboten. Der Kragen war in verschiedenen Ausführungen erhältlich, darunter das Modell ‘Gigant’ mit spitz zulaufenden Kragendenen und das Modell ‘Mercurius’.

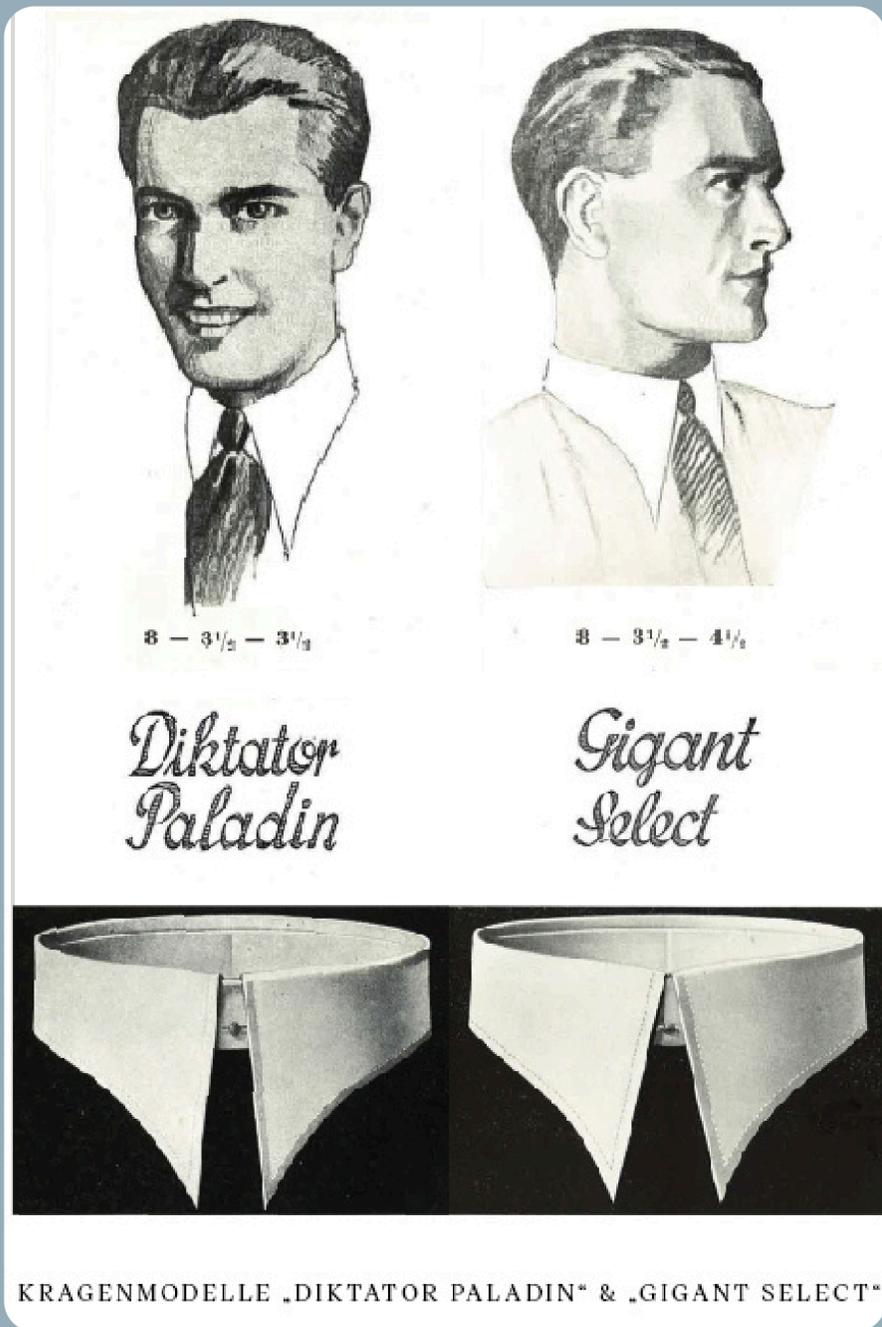


Abb. 12 und Abb. 13 Auszüge aus Werbebroschüren der Firma “ETERNA”, um ca. 1920.

Vor dem Patent für den halbsteifen Kragen, hatte “ETERNA” bereits 1882 ein Patent für verstellbare Krägen angemeldet – eine Technik, die es dank spezieller Nähte an Schultern und Kragen ermöglicht, die Kragenweite individuell anzupassen. Dieses Alleinstellungsmerkmal bot dem Träger den Komfort eines maßgeschneiderten Kleidungsstücks. Um die neuartigen Kragen zu produzieren, wurde 1885 in der Wiener Leopoldstadt eine eigene Fertigung eingerichtet. Damit begann in Wien der Wandel von der Heimarbeit hin zu Fabrikarbeit in der Produktion hochwertiger Herrenwäsche.

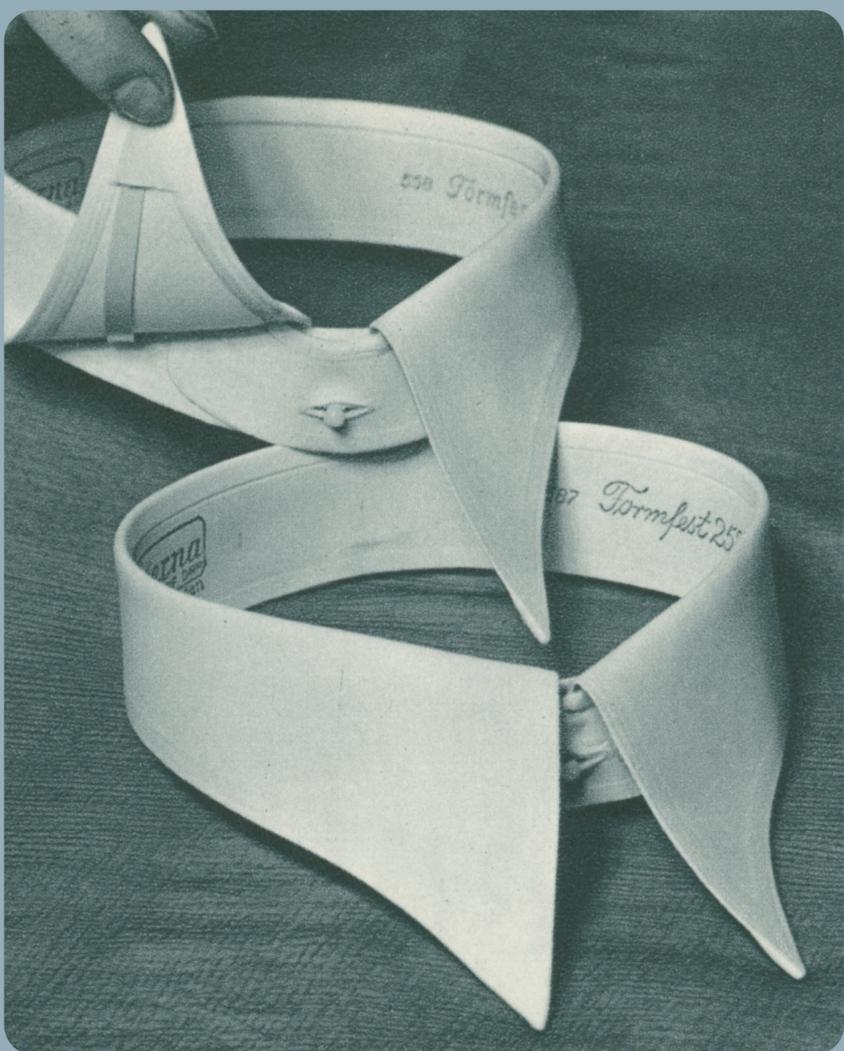


Abb. 15 Weißer Kragen von “ETERNA” im Kent-Stil.



Abb. 14 1927 eröffnet Hönigsberg eine Zweigniederlassung von “ETERNA” in Passau. 1928 wächst die Belegschaft auf 65 Mitarbeiter, darunter 61 Frauen, 1929 wird eine moderne Wäschefabrik gebaut.

Mit der fortschreitenden Veränderung der Bekleidungsgeohnheiten verloren die losen Kragen jedoch an Bedeutung. 1969 wurde der letzte dieser halbsteifen Kragen ausgeliefert – ein Abschied von einem Produkt, das jahrzehntelang das Erscheinungsbild des Unternehmens geprägt hatte. Die Umstellung auf fest angenähte und weichere Kragen entsprach den neuen Anforderungen an Komfort und schlichtere Eleganz.



**Abb. 16**

In den 1950er Jahren wurden bei "ETERNA" halbsteife Krägen aus einem robusten Doppelgewebe von Hand zugeschnitten. Die Stoffbahnen, die auf langen Zuschnittstischen ausgebreitet wurden, mussten manuell bearbeitet werden, bevor später eine Automatisierung der Prozesse erfolgte.

## “Bielefelder Wäsche“ – Zentrum der Kragenproduktion zwischen 1930 und 1970

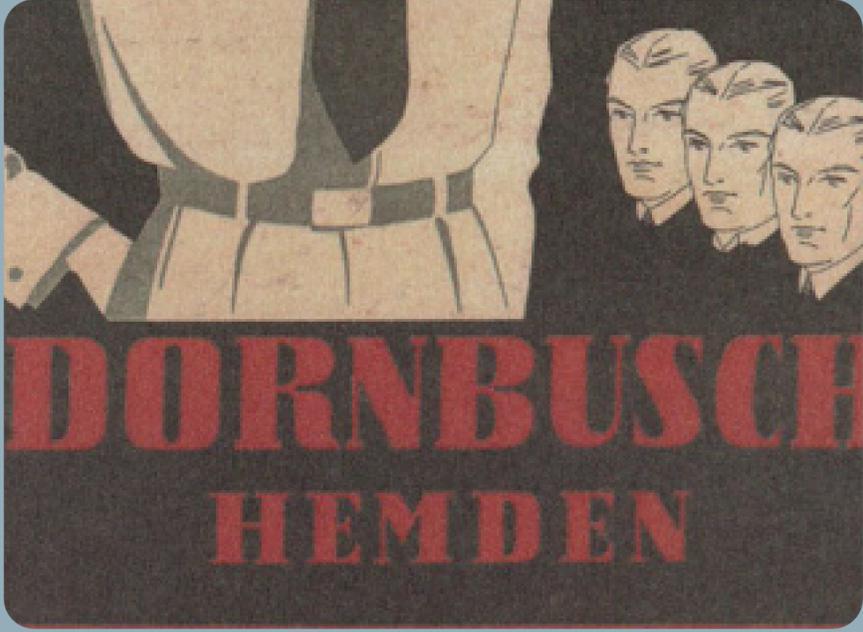


Abb. 17 “Dornbusch”-Werbeprospekt, Ende der 1930er Jahre. Das Firmenlogo bestand zu dieser Zeit aus ‘Drei Köpfe mit passenden Kragen’.

Neben Produktionsstätten im Ausland entwickelte sich im 19. Jahrhundert Bielefeld zu einem wichtigen Zentrum für die Herstellung von Hemden und Krägen im Inland.

Ein Beispiel dafür ist das Unternehmen “Baumhöfener & Heise”, das 1879 gegründet wurde und sich zunächst auf die Herstellung von Krägen spezialisierte. Später wurde das Sortiment um Hemden erweitert. 1918 fusionierte “Baumhöfener & Heise” mit fünf anderen Firmen und bildete die Firma “Dornbusch”, die später im Jahr 1963 von “Seidensticker” übernommen wurde.

## “Seidensticker GmbH & Co. KG”



Abb. 18 “Seidensticker”-Hemd mit Kläppchenkragen aus den 1950er Jahren.



Abb. 19 Walter Seidensticker Sr., aufgenommen im Jahr 1919 anlässlich der Firmengründung.

Walter Seidensticker (1895-1969), der seine Ausbildung bei “Baumhöfener & Heise” gemacht hatte, gründete 1919 eine eigene Wäschefabrik in Brackwede bei Bielefeld. 1932 übernahm er die Firma “Bracksiek & Brinkmann” in Bielefeld und baute sie zu einer modernen Kragenfabrik aus, die zu Beginn 150 Mitarbeiter beschäftigte. Bis 1935 wuchs das Unternehmen weiter und beschäftigte 559 Mitarbeitende (mehrheitlich Frauen), während die Konkurrenzfirma “Dornbusch” schon 1.200 Mitarbeitende hatte und täglich 24.000 Krägen produzierte!

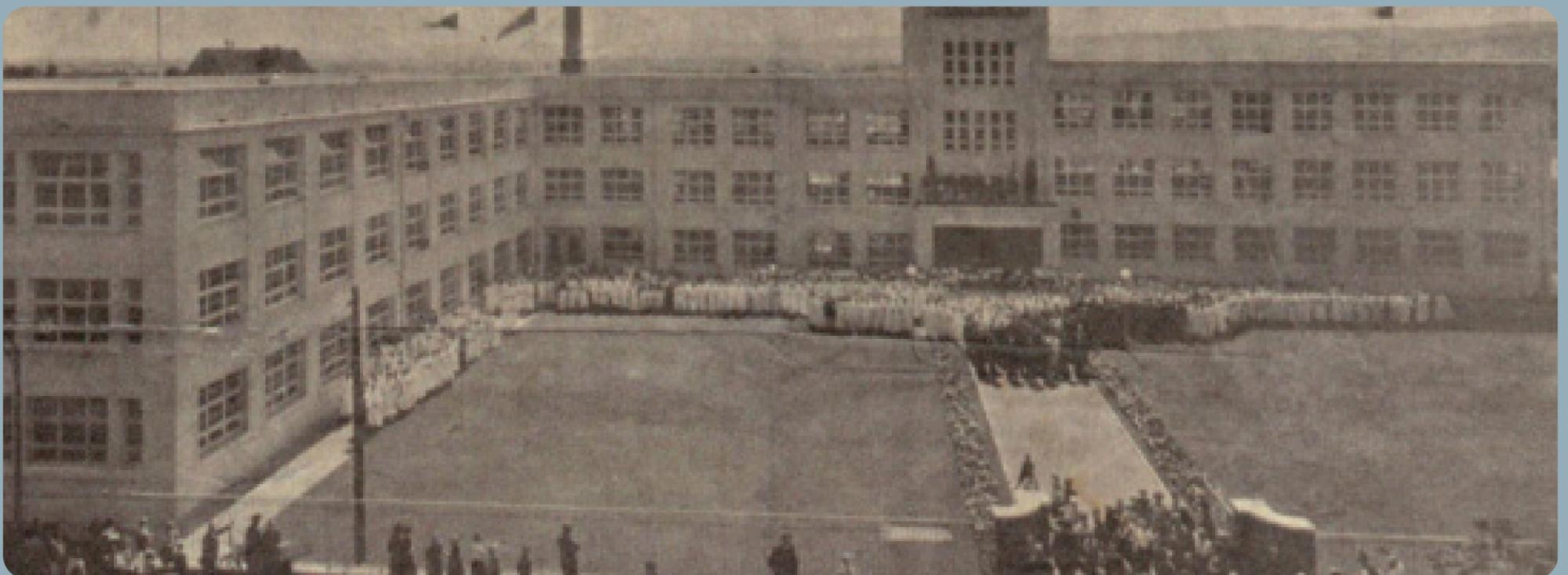


Abb. 20 Einweihung des Hauptwerks der Firma “Seidensticker” an der Herforder Straße in Bielefeld, 1936.



**Abb. 21**  
Zweite "Seidensticker" Generation:  
Walter jr. und Gerd Seidensticker, 2003.



**Abb. 22**  
Walter Seidensticker sr. als Zuschneider-Lehrling  
(2. Reihe, 2. v.l.), 1912.



**Abb. 23**  
Taktfließband im Werk Brackwede, Anfang der 1930er Jahre:  
"Seidensticker" führte 1930 das erste Taktfließband für die  
Hemdenproduktion in Deutschland ein.



**Abb. 24**  
Blick in den "Seidensticker"-Betrieb in Indonesien, 2014: Seit 1975 verlagerte das  
Unternehmen Teile der Produktion ins Ausland und eröffnete eigene Standorte in  
China (2005), Vietnam (2007, 2019) und Indonesien (2014).

Die Erfolgsgeschichte des "Seidensticker"-Konzerns gewährt Einblicke in die Industriegeschichte: Ein fordistischer (Massen-)Produktionsansatz ermöglichte in der Gründerzeit Anpassungen an wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen. Die fortschreitende Globalisierung bewegte das Unternehmen zu einer weltweiten Expansion und Diversifikation. Heute fokussiert sich die Marketingabteilung auf die Rückbesinnung zur qualitativ hochwertigeren Hemdenproduktion und auf das Einbinden digitaler Betriebskanäle – so besteht das Familienunternehmen bereits in dritter Generation.

# Vom Statussymbol zum Standard: Weiße Krägen heute?

Der weiße Ansteckkragen hat im Laufe der Geschichte eine zentrale Rolle in der westlichen Mode gespielt. Im 19. Jahrhundert war er nicht nur ein Statussymbol, sondern auch ein markantes Zeichen gesellschaftlicher Hierarchien. Die Industrialisierung der Kragenproduktion im 19. Jahrhundert in Europa ermöglichte eine massenhafte Fertigung steifer Krägen, die in der formellen Herrenmode der Zeit weit verbreitet waren. Mit Unternehmen wie "ETERNA" und "Seidensticker" im 20. Jahrhundert erlebte der Kragen eine grundlegende Veränderung. "ETERNA" führte in den 1920er Jahren den halbsteifen Kragen ein, der durch technologische Innovationen und neue Materialien mehr Komfort und Flexibilität bot. Diese Weiterentwicklung spiegelte die kulturellen Veränderungen wider, bei denen der Wunsch nach mehr Bewegungsfreiheit und weniger starren Normen in der Mode aufkam.



**Kent**  
Kent  
Kent



**New Kent**  
New Kent  
Nouveau Kent



**New York Kent**  
New York Kent  
New York Kent



**Global Kent**  
Global Kent  
Global Kent



**Royal Kent**  
Royal Kent  
Royal Kent



**Urban Kent**  
Urban Kent  
Urban Kent



**Haifisch Classic**  
Cutaway classic  
Italien classic



**Haifisch**  
Cutaway  
Italien



**Button-Down**  
Button-down  
Pointes boutonnées



**Under-Button-Down**  
Under Button-down  
Boutons sous col



**Tab**  
Tab  
Anglais



**Kläppchen**  
Wing  
Coins cassés

Abb. 25 Übersicht verschiedener heute gebräuchlicher Kragenformen.

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts erlebten alternative Kragenformen wie der "Button-down-Kragen" und "Kentkragen" eine größere Popularität, da sie sowohl formelle als auch informelle Stilrichtungen miteinander verbanden. Zudem fand der Kragen, der ursprünglich vor allem mit Männerkleidung assoziiert wurde, seinen Platz in der Mode für Frauen, was den Wandel hin zu mehr Geschlechterfluidität in der Bekleidung symbolisiert. Der sogenannte "Bubikragen" ist ein Zeichen dafür. Die Entwicklung des Kragens steht somit nicht nur für technologische Fortschritte, sondern auch für kulturelle und soziale Veränderungen. Sie zeigt, wie Modeproduktion und -gebrauch den Wandel von gesellschaftlichen Normen und Geschlechterrollen widerspiegeln.



Abb. 26 Kaiser Ferdinand II.

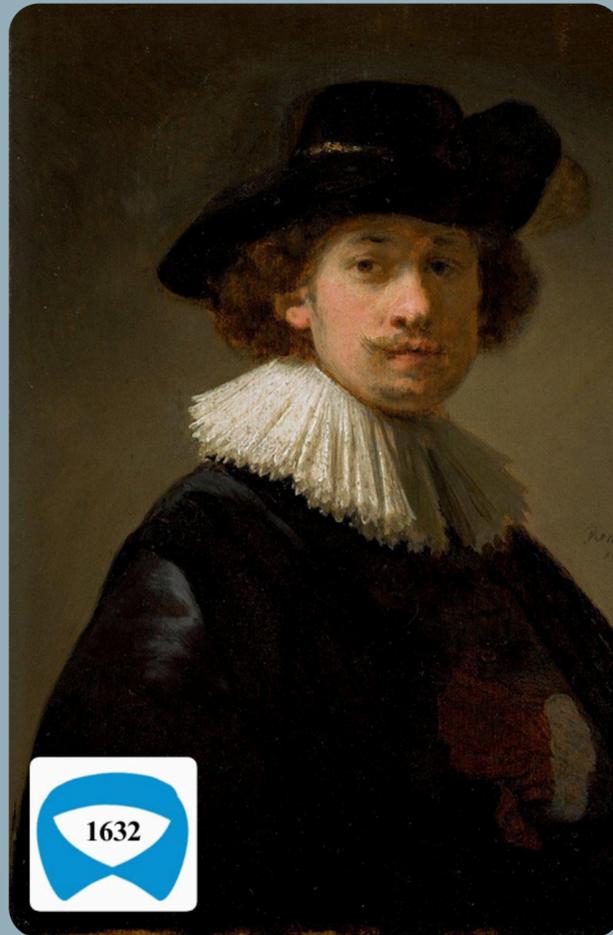


Abb. 27 Rembrandt van Rijn



Abb. 28 Unbekannt



Abb. 29 Unbekannt

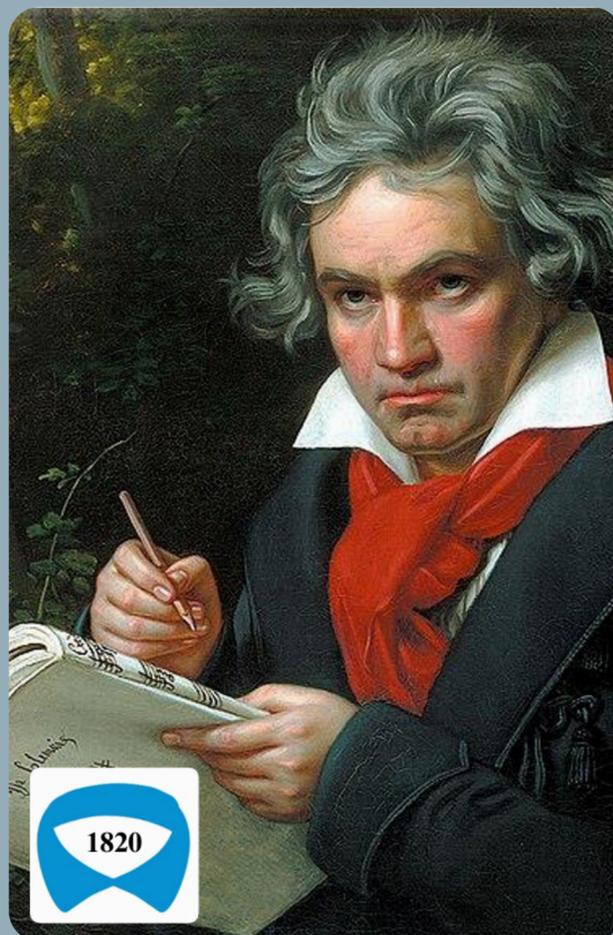


Abb. 30 Ludwig van Beethoven



Abb. 30 Adolph Julius Baron von Lauer-Münchhofen



Abb. 31 Johann Wolfgang von Goethe



Abb. 32 Prinz Agnasia Boachi von Aschanti

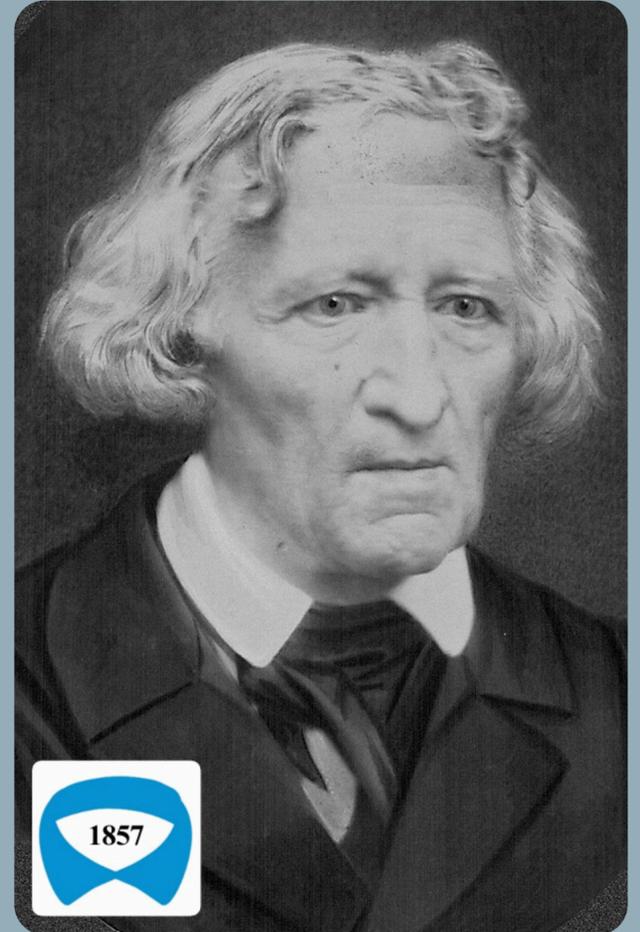


Abb. 33 Jacob Grimm

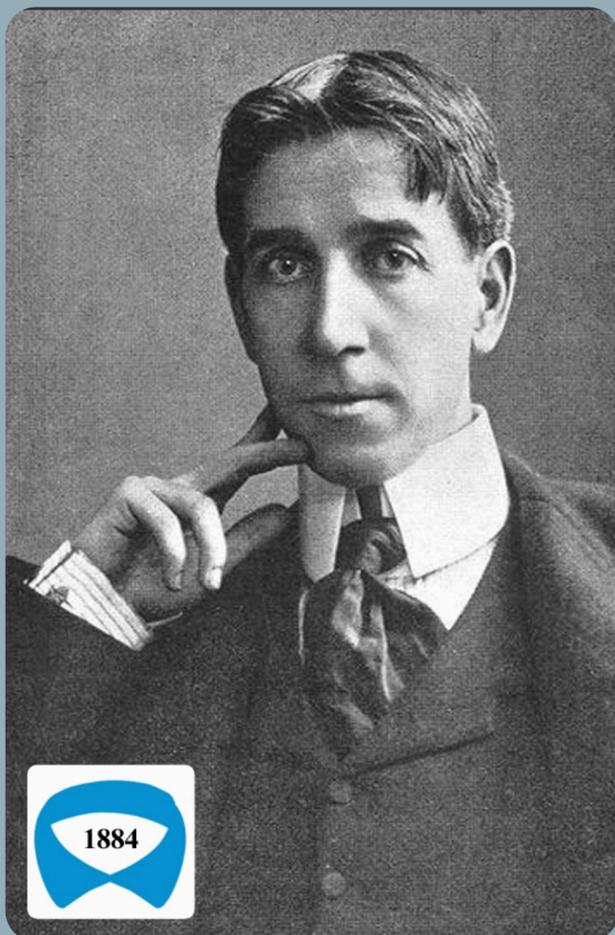


Abb. 34 Ethelbert Nevin



Abb. 34 Unbekannt

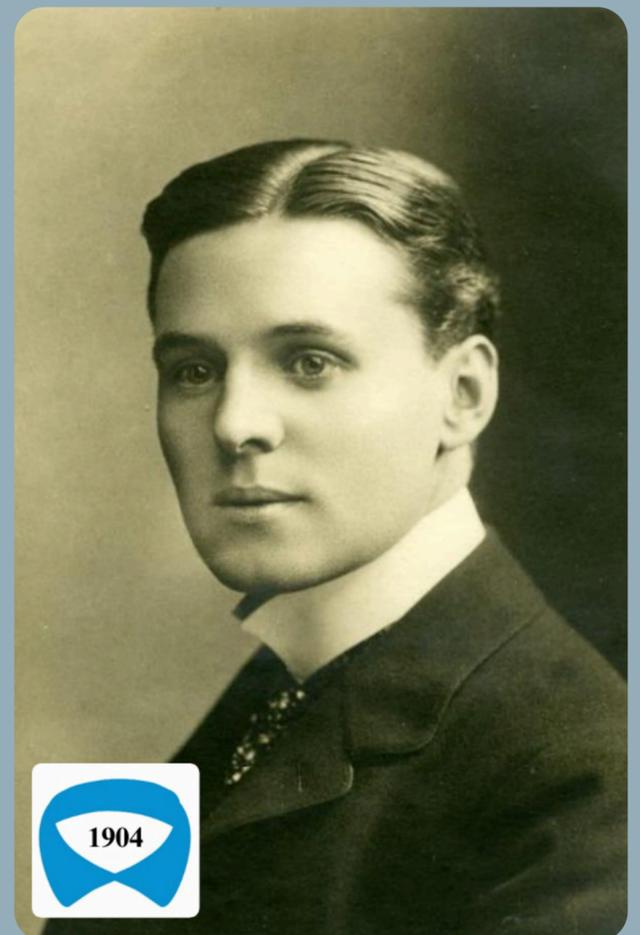


Abb. 36 Alexander Wierth

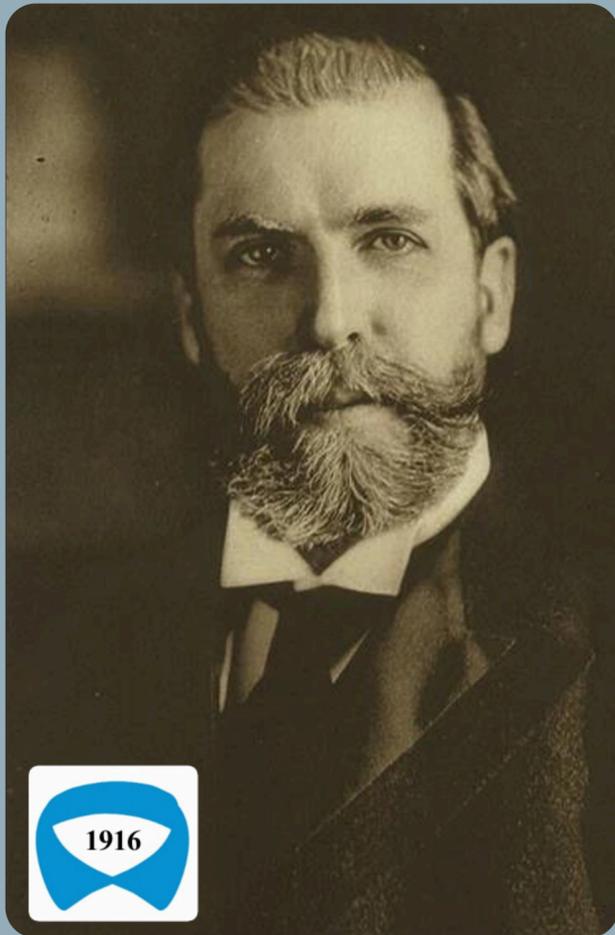


Abb. 37 Charles E. Hughes



Abb. 38 Unbekannt

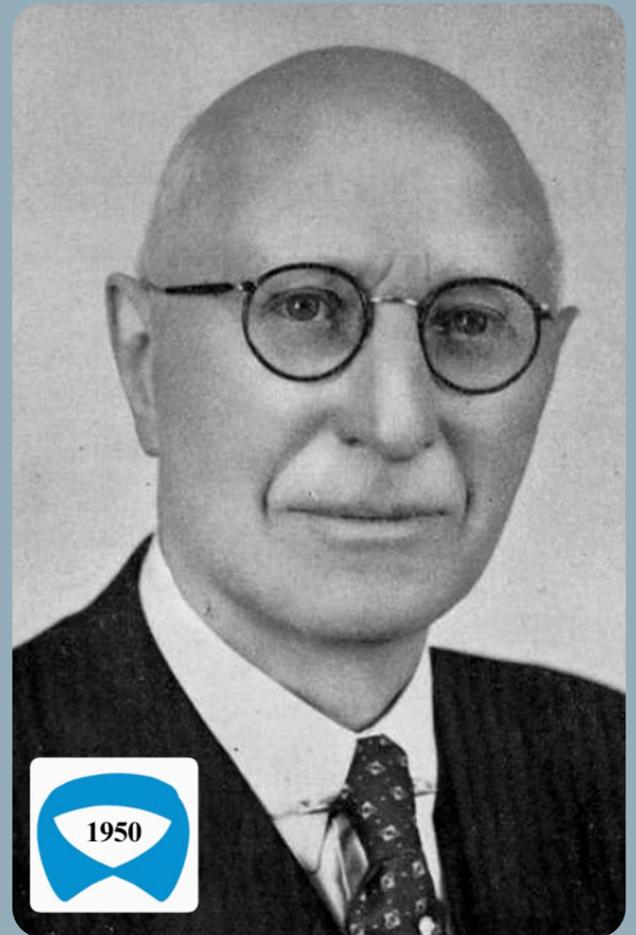


Abb. 39 Rendrik van der Veen



Abb. 40 Unbekannt



Abb. 41 Karl Lagerfeld

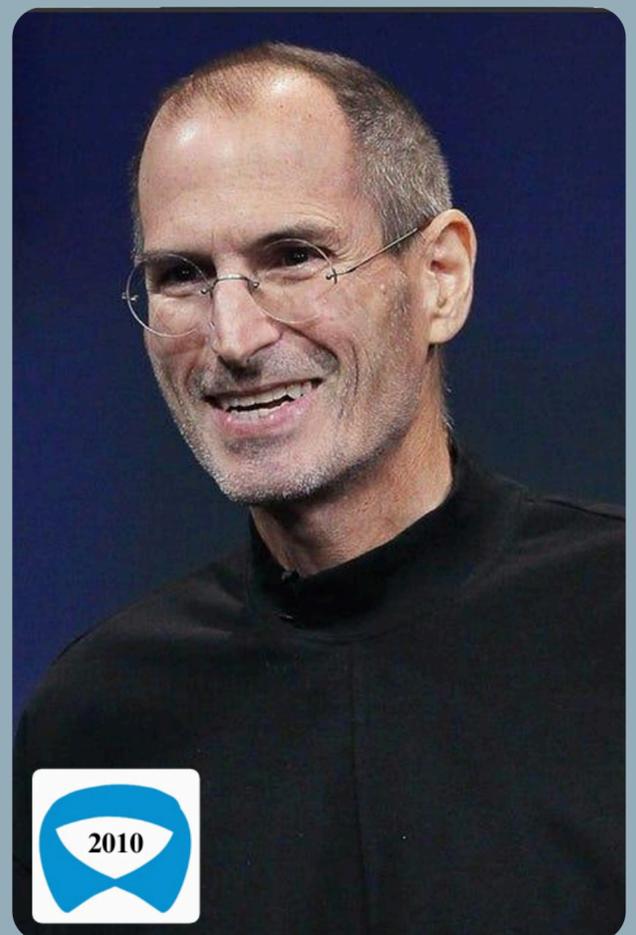


Abb. 42 Steve Jobs

## Es geht um Kopf und Kragen – ein Blick auf Kragen-Sprichwörter

In der deutschen Sprache existiert eine ganze Reihe von festen Redewendungen und Sprichwörtern, die eine allgemein bekannte Weisheit prägnant ausdrücken und mit dem Kragen verbunden sind.

Die Bedeutung ist oft situativ bedingt.

Im Fall des Kragens kann jedoch gesagt werden, dass er meist als Synonym für den Hals dient.

Auch kommt der Kragen oft in Kombination mit dem Kopf vor, was zudem für „Alles“ oder „Leben und Tod“ steht.

Ein Beispiel dafür ist „Es geht um Kopf und Kragen“.

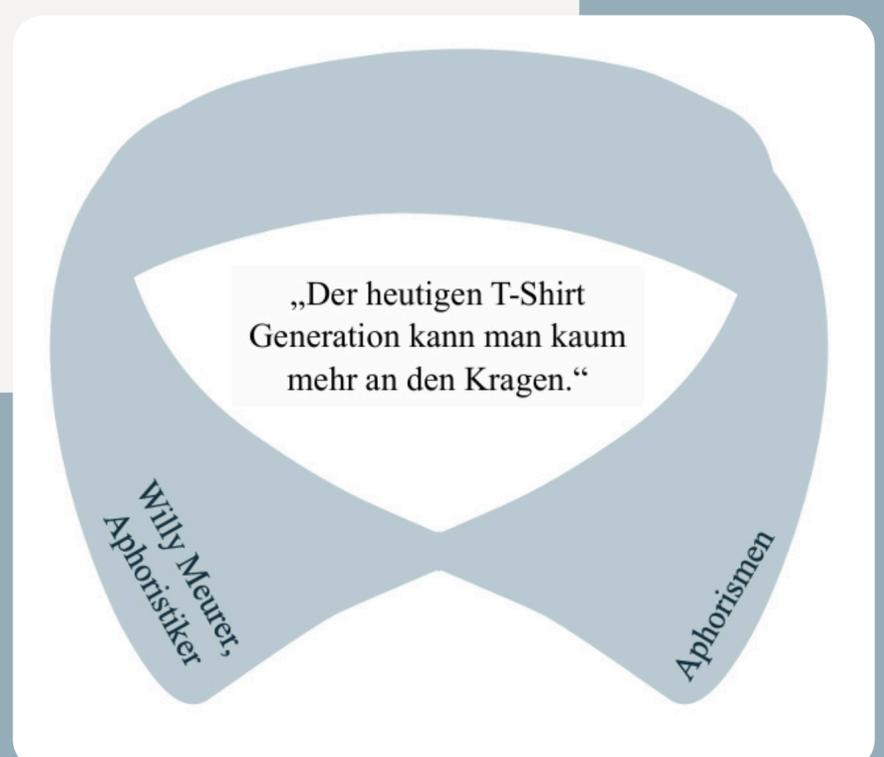
Kragen-Sprichwörter lassen sich kategorisieren, die Grenzen dabei sind allerdings oft fließend.

Die Themen haben entweder einen Bezug zu Gewalt, zu Geld oder Status, zu Beziehungen, zu Emotionen, zu Gefahr oder sie beziehen sich auf Nahrungsaufnahme. Alles in allem ist hier eine gewisse Bandbreite vorhanden, allerdings kein Anzeichen für Humor oder Ironie.

Selten wird der Kragen mit dem Kleidungsstück verbunden.

So ist mit „Jemandem platzt der Kragen“ einerseits metaphorisch gemeint, dass sich Wut entlädt;

Andererseits zeigt die Wendung auch, dass Krägen so eng getragen wurden, dass die Gefahr bestand, dass diese (oder zumindest die Kragenknöpfe) im Falle von Wut zu platzen drohten.



# Es geht um Kopf und Kragen – ein Blick auf Kragen-Sprichwörter

„Heute kippe ich mir  
aber einen hinter den  
Kragen.“

Essen/Trinken

„Dabei riskiert er noch  
Kopf und Kragen.“

Gefahr/Risiko

„Bleib du besser bei  
deiner alten  
Kragenweite.“

Beziehungen

„Mir platzt gleich der  
Kragen!“

Emotionen

„Lieber habe ich  
Samt am Kragen und  
Hunger im Magen.“

Geld/Status

„Der ist so ein Geizkragen.“

Geld/Status

„Denen geht es jetzt aber mal  
so richtig an den Kragen.“

Gewalt

„Den pack ich mir  
beim Kragen.“

Gewalt

„Das kostet dich  
den Kragen!“

Gewalt

## Primärquellen & Sekundärliteratur

**Almut Junker, Eva Stille:** Zur Geschichte der Unterwäsche 1700-1960. Frankfurt am Main <sup>3</sup>1988.

**Alwyn Ladell:** Photograph of Horne Brothers Ltd, Newgate Street. Online auf: Flickr. Photos by Alwyn Ladell ([https://www.flickr.com/photos/alwyn\\_ladell/12753213284](https://www.flickr.com/photos/alwyn_ladell/12753213284), besucht am 04. Januar 2025).

**Anja Meyerrose:** Herren Im Anzug: Eine transatlantische Geschichte von Klassengesellschaften im Langen 19. Jahrhundert. Köln 2016.

**Eterna:** Historie. Online auf: Unternehmen Eterna. Unsere Geschichte (<https://unternehmen.eterna.de/unternehmen/historie/>, besucht am 04. Januar 2025).

**ETERNA:** 160 Jahre ETERNA. Online auf: Unternehmen.eterna.de. „160 Jahre ETERNA“ (<https://unternehmen.eterna.de/160years/>, besucht am 04.01.2025).

**Eva Heller:** Wie Farben wirken : Farbpsychologie, Farbsymbolik, kreative Farbgestaltung. Hamburg 2013.

**Heide Nixdorff, Heidi Müller:** Weiße Westen. Rote Roben. Von den Farbordnungen des Mittelalters zum individuellen Farbgeschmack. Berlin 1983.

**Historic England:** The street facade of Horne Brothers Limited at 49-50 Newgate Street. Online auf: Historic England. Images & Books (<https://historicengland.org.uk/images-books/photos/item/BL26889B>, besucht am 04. Januar 2025).

**Jacob Grimm, Wilhelm Grimm:** Kragen. Online auf: Wörterbuchnetz. Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm (<https://woerterbuchnetz.de/?sigle=DWB&lemid=K11987>, besucht am 08.12.24).

**J. G. Krünitz:** Kragen. Online auf: Oekonomische Encyklopädie von J. G. Krünitz (<https://www.kruenitz.uni-trier.de/>, besucht am 08.12.24).

**Jutta Zander-Seidel:** Kleidungswechsel. Frauen-, Männer und Kinderkleidung des 18. bis 20. Jahrhunderts. Nürnberg 2002.

**Lutz Röhrich:** Kragen. In: Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten /3: Homer – Nutzen. Freiburg im Breisgau u.a. 1994.

**Lutz Röhrich:** Sprichwort. Stuttgart 1977.

**O.A.:** Kragen. In: DUDEN. Redewendungen. Bd. 11. 4. Berlin 2013, S. 432.

**O.A.:** Kragenweite. In: DUDEN. Redewendungen. Bd. 11. 4. Berlin 2013, S. 432.

**O.A.:** Stehkragen. In: DUDEN. Redewendungen. Bd. 11. 4. Berlin 2013, S. 711.

**O.A.:** Suchergebnis für „Kragen“. Online auf: Redensarten-Index ([https://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff=kragen&bool=relevanz&gawoe=an&sp0=rart\\_ou&sp1=rart\\_varianten\\_ou](https://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff=kragen&bool=relevanz&gawoe=an&sp0=rart_ou&sp1=rart_varianten_ou), besucht am 08.12.24).

**O.A.:** Sich um Kopf und Kragen reden. Online auf: Phraseo (<https://www.phraseo.de/phrase/sich-um-kopf-und-kragen-reden/>, besucht am 08.12.24).

**O.A.:** Kragen. Ihre Suchergebnisse. Online auf: Aphorismen.de (<https://www.aphorismen.de/suche?text=Kragen>, besucht am 08.12.24).

**Roman Köster:** Seidensticker. Eine Unternehmensgeschichte 1919–2019. Essen 2019.

**Shaun Cole:** Die Geschichte der Herrenunterwäsche. Band I. New York 2010.

**The National Archives:** Horne Brothers Ltd, men's outfitters. Online auf: The National Archives. Discovery (<https://discovery.nationalarchives.gov.uk/details/c/F172221>, besucht am 04. Januar 2025).

**Wright Mills:** White Collar: The American Middle Classes. Oxford <sup>3</sup>2002.

- Abb. 1:** Shaun Cole: Die Geschichte der Herrenunterwäsche. Band I. New York 2010.
- Abb. 2:** Almut Junker, Eva Stille: Zur Geschichte der Unterwäsche 1700-1960. Frankfurt am Main 1988.
- Abb. 3:** <https://www.nzz.ch/geschichte/revolution-im-buero-ld.1576923>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 4:** <https://iiif.arthistoricum.net/mirador/proxy/heidicon/634289/#27245f8d-5d44-4f82-abe5-02dc4c97e471>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 5:** [https://iiif.arthistoricum.net/mirador/proxy/ggraphik/oai:de:slub-dresden:db:id-355966999-19290600-LOG\\_0087](https://iiif.arthistoricum.net/mirador/proxy/ggraphik/oai:de:slub-dresden:db:id-355966999-19290600-LOG_0087), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 6:** <https://iiif.arthistoricum.net/mirador/proxy/heidicon/775075/#bc81ae4c-d90a-4f62-bfc8-e50ce42cb58c>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 7:** <https://www.neue-verpackung.de/non-food-chemie/unsere-besten-287.html>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 8:** <https://historicengland.org.uk/images-books/photos/item/BL26889B>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 9:** <https://www.alamy.com/stock-photo-original-1950s-vintage-print-advertisement-from-english-magazine-advertising-53483676.html?imageid=7F6B6A7C-3C9C-450C-A52A-9C18F86261C5&p=84696&pn=1&searchId=7ad2416401103d3088e15d5efe0ea549&searchtype=0>, aufgerufen am 21.01.2025
- Abb. 10:** [https://www.flickr.com/photos/alwyn\\_ladell/12753213284](https://www.flickr.com/photos/alwyn_ladell/12753213284), aufgerufen am 21.01.2025
- Abb. 11:** <https://unternehmen.eterna.de/160years/>, aufgerufen am 04.01.2025.
- Abb. 12:** <https://unternehmen.eterna.de/160years/>, aufgerufen am 04.01.2025.
- Abb. 13:** <https://unternehmen.eterna.de/160years/>, aufgerufen am 04.01.2025.
- Abb. 14:** <https://unternehmen.eterna.de/160years/>, aufgerufen am 04.01.2025.
- Abb. 15:** <https://unternehmen.eterna.de/160years/>, aufgerufen am 04.01.2025.
- Abb. 16:** <https://unternehmen.eterna.de/160years/>, aufgerufen am 04.01.2025.
- Abb. 17:** Roman Köster: Seidensticker. Eine Unternehmensgeschichte 1919–2019. Essen 2019.
- Abb. 18:** Roman Köster: Seidensticker. Eine Unternehmensgeschichte 1919–2019. Essen 2019.
- Abb. 19:** Roman Köster: Seidensticker. Eine Unternehmensgeschichte 1919–2019. Essen 2019.
- Abb. 20:** Roman Köster: Seidensticker. Eine Unternehmensgeschichte 1919–2019. Essen 2019.
- Abb. 21:** Roman Köster: Seidensticker. Eine Unternehmensgeschichte 1919–2019. Essen 2019.
- Abb. 22:** Roman Köster: Seidensticker. Eine Unternehmensgeschichte 1919–2019. Essen 2019.
- Abb. 23:** Roman Köster: Seidensticker. Eine Unternehmensgeschichte 1919–2019. Essen 2019.
- Abb. 24:** Roman Köster: Seidensticker. Eine Unternehmensgeschichte 1919–2019. Essen 2019.
- Abb. 25:** [https://cdn.hemden.de/media/image/e2/b8/f0/olymp\\_kragentypen.jpg](https://cdn.hemden.de/media/image/e2/b8/f0/olymp_kragentypen.jpg), aufgerufen am 04.01.2025.
- Abb. 26:** [https://www.wikiwand.com/de/articles/Ferdinand\\_II.\\_%28HRR%29](https://www.wikiwand.com/de/articles/Ferdinand_II._%28HRR%29), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 27:** [https://de.m.wikipedia.org/wiki/Datei:Rembrandt\\_Self-portrait\\_1632.jpg](https://de.m.wikipedia.org/wiki/Datei:Rembrandt_Self-portrait_1632.jpg), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 28:** [https://katalog.arthistoricum.net/id/67-b2FpOmRldXRzY2hlZm90b3RoZWsuZGU6YTg0NTA6Om9ianw5MDAxODU2OHxkZl9zYl8wMDAwMTg5?tx\\_find\\_find%5BimageResults%5D=1&cHash=a9361d2d7f39e52ff65eac8deb0d3285](https://katalog.arthistoricum.net/id/67-b2FpOmRldXRzY2hlZm90b3RoZWsuZGU6YTg0NTA6Om9ianw5MDAxODU2OHxkZl9zYl8wMDAwMTg5?tx_find_find%5BimageResults%5D=1&cHash=a9361d2d7f39e52ff65eac8deb0d3285), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 29:** <https://www.proantic.com/en/1463047-louis-devouge-portrait-of-a-man-with-a-jabot.html>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 30:** [https://de.wikipedia.org/wiki/Ludwig\\_van\\_Beethoven](https://de.wikipedia.org/wiki/Ludwig_van_Beethoven), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 31:** [https://katalog.arthistoricum.net/id/67-b2FpOmRldXRzY2hlZm90b3RoZWsuZGU6YTg0NTA6Om9ianw3MjA3MzIwNnxkZl9oYXVwdGthdGFsb2dfMDQ3NTM5OA?tx\\_find\\_find%5BimageResults%5D=1&cHash=a9361d2d7f39e52ff65eac8deb0d3285](https://katalog.arthistoricum.net/id/67-b2FpOmRldXRzY2hlZm90b3RoZWsuZGU6YTg0NTA6Om9ianw3MjA3MzIwNnxkZl9oYXVwdGthdGFsb2dfMDQ3NTM5OA?tx_find_find%5BimageResults%5D=1&cHash=a9361d2d7f39e52ff65eac8deb0d3285), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 32:** [https://de.wikipedia.org/wiki/Johann\\_Wolfgang\\_von\\_Goethe](https://de.wikipedia.org/wiki/Johann_Wolfgang_von_Goethe), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 33:** [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Kwasi\\_Boakye.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Kwasi_Boakye.jpg), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 34:** [https://de.wikipedia.org/wiki/Jacob\\_Grimm](https://de.wikipedia.org/wiki/Jacob_Grimm), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 35:** <https://fr.wiktionary.org/wiki/Vaterm%C3%B6rder>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 36:** <https://www.lagis-hessen.de/de/subjects/idrec/sn/bd/id/22-303>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 37:** <https://www.mediastorehouse.com/de/fine-art-finder/artists/harris-ewing/presidential-campaign-poster-charles-e-31946590.html>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 38:** [https://www.klaus-pott.de/typo3temp/yag/14/B%C3%BCro\\_-3-M%C3%A4nner-am-Schreibtisch\\_1498\\_5d3c832cccf.jpg](https://www.klaus-pott.de/typo3temp/yag/14/B%C3%BCro_-3-M%C3%A4nner-am-Schreibtisch_1498_5d3c832cccf.jpg), aufgerufen am 15.01.2025.
- Abb. 39:** [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/fb/Prof.\\_ir.\\_K.\\_H.\\_C.\\_W.\\_van\\_der\\_Veen%2C\\_1950.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/fb/Prof._ir._K._H._C._W._van_der_Veen%2C_1950.jpg), aufgerufen am 10.01.2025
- Abb. 40:** [https://katalog.arthistoricum.net/id/67b2FpOmRldXRzY2hlZm90b3RoZWsuZGU6YTg0NTA6Om9ianw3MTg2MT-E0N3xoaV9rd18wMDA1NDU0?tx\\_find\\_find%5BimageResults%5D=1&cHash=a9361d2d7f39e52ff65eac8deb0d3285](https://katalog.arthistoricum.net/id/67b2FpOmRldXRzY2hlZm90b3RoZWsuZGU6YTg0NTA6Om9ianw3MTg2MT-E0N3xoaV9rd18wMDA1NDU0?tx_find_find%5BimageResults%5D=1&cHash=a9361d2d7f39e52ff65eac8deb0d3285), aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 41:** <https://www.biography.com/business-leaders/steve-jobs>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 42:** <https://www.vogue.de/mode/artikel/karl-lagerfeld-verstorben>, aufgerufen am 21.01.2025.
- Abb. 43:** Almut Junker, Eva Stille: Zur Geschichte der Unterwäsche 1700-1960. Frankfurt am Main 1988.

**Universität Regensburg**  
**Lehrstuhl für Vergleichende Kulturwissenschaft**

**Leitung:** Dr. Esther Gajek

**Mitwirkende:** Anne Leupold B.A., Flavien Rocheron B.A., Raul Reinhardt B.A.

**Plakatgestaltung:** Roland Pokorny, Diplom-Designer (FH)



Abb. 43 Herr mit weißem angeknöpftem Kragen. Wäsche-Zeitung, April 1904.