

Bademode aus Baden : die wechselvolle Geschichte der Firma Lahco

Autor(en): **Steiner, Simon**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Badener Neujaersblätter**

Band (Jahr): **97 (2022)**

PDF erstellt am: **21.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-965666>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Simon Steiner

Bademode aus Baden

9

Die wechselvolle Geschichte
der Firma Lahco

Das Logo mit dem geschwungenen Schriftzug kannte jedes Kind: Lahco war über Generationen *die* Schweizer Marke für Bademode. 1922 in Baden gegründet, machte sich das gleichlautende Unternehmen in der Nachkriegszeit über die Landesgrenzen hinaus einen Namen mit seinen Qualitätsprodukten. In den 1960er- und 1970er-Jahren beschäftigte die Lahco in der Region bis zu 200 Angestellte, bevor sie im Sog des wirtschaftlichen Strukturwandels in Schwierigkeiten geriet. 1985 wurde die Fabrik in Baden geschlossen. Die Marke büsste an Strahlkraft ein, lebt aber nach mehreren Eigentümerwechseln bis heute weiter. Die Geschichte der Firma zeigt die Entwicklung eines mittelständischen Industriebetriebs im Spannungsfeld zwischen Weltwirtschaft, gesellschaftlichem Wandel und technologischem Fortschritt beispielhaft.

Trockenübungen: Der Beginn mit Reformunterwäsche

Die Gründung der Lahco geht auf das Textilunternehmen H. Heinzelmann in Reutlingen (Baden-Württemberg) zurück. Dessen Erfolgsgeschichte wiederum hatte Ende der 1880er-Jahre mit einer Vereinbarung mit dem Arzt und Kleiderreformer Heinrich Lahmann (1860–1905) begonnen.¹ Der Familienbetrieb Heinzelmann half Lahmann bei der Entwicklung luftdurchlässiger und hautfreundlicher Unterwäsche aus Baumwolle nach dessen gesundheitlich-hygienischen Vorstellungen. Im Gegenzug sicherte sich das Unternehmen das Exklusivrecht zur Herstellung der unter dem Gütesiegel «Dr. Lahmann» vermarkteten Kleider.²

10

Nach dem Ersten Weltkrieg bemühte sich die Firma Heinzelmann um ein Standbein in der finanziell vergleichsweise stabilen Schweiz, um der anhaltenden Inflation in Deutschland und hohen Zollschränken für deutsche Produkte im wichtigen Exportmarkt England auszuweichen. So erfolgte 1922 die Gründung der Lahco A. G. durch die Übernahme der seit 1920 bestehenden Wäsche- und Strickwarenfabrik Lüscher & Co. in Baden, die sich in Nachlassliquidation befand. Der Name der neuen Firma leitete sich von «Lahmann Company» ab. Die Geschäftsführung übernahm mit Oskar Heinzelmann ein Mitglied der Gründerfamilie, Vorbesitzer J. O. Lüscher blieb in leitender Funktion im Betrieb.³

Die Aktienbeteiligung der Firma respektive der Familie Heinzelmann wurde nicht öffentlich gemacht, letztere dürfte aber die Kontrolle über die Lahco behalten haben, die damit quasi als Filialbetrieb fungierte.⁴

Inserat für «Dr. Lahmann-Unterkleidung», um 1926. Das Sujet ist identisch mit jenem, das die Firma Heinzelmann in Deutschland verwendet.

11



DAS GESÜNDESTE
„BEWÄHRTESTE“

Dr. Lahmann
UNTERKLEIDUNG

Erhältlich in den führenden Geschäften der Branche.
Bezugsquellennachweis und Gratisprospekte durch die alleinige Fabrik
LAHCO A.-G., BADEN (Aargau).

The advertisement features a central illustration of a woman and a young child, both wearing white, ribbed, sleeveless undergarments. The woman is seated and looking down at the child, who is also seated and looking towards the viewer. The background is a simple, light-colored wash. The entire illustration is enclosed in a decorative border with small star-like motifs at the corners. The text is arranged in a clear hierarchy, with the headline at the top, the brand name in a large, stylized script, and the product name in a bold, blocky font below it. The bottom section contains distribution and contact information in a smaller, elegant script.

Als Produktionsstätte der Lahco diente die ehemalige Parkettfabrik an der Mellingerstrasse, etwas ausserhalb der Stadt.⁵ Im Herbst 1923 beschäftigte die Firma dort 43 Arbeitskräfte, die neben der «Dr. Lahmann-Unterkleidung» weitere Wäscheartikel herstellten.⁶ Der Aufbau des Betriebs verlief nicht ohne Hürden: Als England 1925 auch gegen die Schweiz hohe Schutzzölle für Strick- und Wirkwaren einführte, musste sich Lahco zunächst auf den bereits umkämpften Inlandmarkt beschränken.⁷

Annetzen und Eintauchen: Bademode als Wachstumsmarkt

Gleichzeitig generierte die Sportbewegung, die gerade an Schwung gewann, neuen Bedarf an körpergerechter Kleidung. Als die Nachfrage nach Lahmann-Gesundheitswäsche Ende der 1920er-Jahre stark zurückging, begann Lahco zusätzlich mit der Fabrikation von Bademode. Damit folgte sie dem Mutterhaus in Deutschland: Bei Heinzelmann hatte der Sohn des Patrons die Idee zu diesem Geschäftsfeld von einem Studienaufenthalt in den USA mit nach Hause gebracht.⁸

Die Nachfrage nach Badebekleidung nahm auch in der Schweiz stark zu. In den 1920er-Jahren wurde das Strandbad populär. Im Unterschied zu den Thermalbädern sowie den See- und Flussbädern des 19. Jahrhunderts, die vor allem Hygiene- und Reinigungszwecken dienten und in denen strikte Geschlechtertrennung herrschte, boten die neuen Strandbäder mit dem Einbezug der Wiesen auch Platz für Sport, Spiel und Sonnenbad. In den 1930er-Jahren kam es zu einem Boom beim Bau von Freibädern – das 1933/34 als Notstandsprojekt realisierte Badener Terrassenbad ist nur ein Beispiel dafür.⁹

12

Gegenströmung und Oberwasser: Der Durchbruch nach der Krise

Der Erfolg des neuen Geschäftszweigs der Lahco war zunächst bescheiden, denn zahlreiche Schweizer Konkurrenten hatten das Badepublikum ebenfalls für sich entdeckt. Insbesondere bei den Badekostümen für Frauen scheint sich Lahco in modischer Hinsicht schwergetan zu haben, sich von ihnen abzuheben.¹⁰ 1929 drängte sich eine Restrukturierung des Unternehmens auf: Die Familie Heinzelmann übernahm nun offiziell die Aktienmehrheit, Geschäftsführer Lüscher wurde entlassen und durch den noch nicht dreissigjährigen Deutschen Bernhard Malblanc ersetzt.¹¹

Die Weltwirtschaftskrise sorgte jedoch dafür, dass der Aufschwung auf sich warten liess. Zwischen 1931 und 1935 verschlechterte sich die finanzielle Lage der Lahco zusehends, die Firma war bei der Aargauer Hypothekenbank hoch verschuldet. Eine missglückte Beteiligung in Polen verschärfte die Situation noch.¹² 1935 war die Zahl der ausschliesslich weiblichen Arbeiterinnen um mehr als die Hälfte auf zwanzig gesunken.¹³ Es kam zu einer Weichenstellung: Die Gründerfamilie musste einen grossen Teil ihres Aktienkapitals abschreiben und überliess die Aktienmehrheit den Mitgliedern des Verwaltungsrats. Dieser bestand nun aus Direktor Alois Wörndli von der Aargauer Hypothekenbank, Hausjurist Fritz Voser sowie dem Unternehmer und langjährigen Heinzelmänn-Geschäftspartner Erich Lang (Spinnerei Lang & Cie in Reiden LU), der das Präsidium übernahm. Weil die Kompetenzen offenbar nicht klar geregelt waren, wurde 1938 eine Vereinbarung getroffen, wonach die Familie Heinzelmänn die Entscheidungsgewalt über die verschuldete Firma ganz dem Verwaltungsrat überlassen und sich auf die technische Beratung beschränken sollte.¹⁴

13

Die Lahco hatte sich damit von ihren Gründern emanzipiert. Dass ihr gegen Ende der 1930er-Jahre der Durchbruch im Bereich Bademode gelang, dürfte jedoch noch massgeblich der Firma Heinzelmänn zu verdanken gewesen sein. Diese hatte 1937 ein englisches Patent zur Herstellung von Badeanzügen erworben, die durch Gummifäden gerüschelt waren. Die Mischung von Baumwolle und Lastex erhöhte die Elastizität des Stoffes deutlich und bot in funktioneller wie modischer Hinsicht neue Möglichkeiten. Mit dem 1938 lancierten Modell «Lahco fleur» für Frauen und später auch für Mädchen gelang Lahco der Aufstieg zum führenden Schweizer Unternehmen in Strand- und Bademode.¹⁵

Mächtige Turbulenzen: Wem gehört die Lahco?

Trotz schwieriger Rohstoffbeschaffung und erlahmendem Export schaffte es die Lahco, Produktion und Absatz während des Zweiten Weltkriegs zu steigern. Von 1939 bis 1945 verdreifachte sich der Jahresumsatz auf etwas mehr als eine Million Schweizer Franken. Obwohl zeitweise mit Ersatzprodukten wie Mischgarn und Zellwolle gearbeitet wurde, blieben die Gewinne aufgrund der massiv gestiegenen Rohstoffpreise allerdings bescheiden, der Kapitalbedarf hingegen hoch. So war das Unternehmen immer wieder auf Bankkredite angewiesen, die im

Werbeplakate von 1944 und 1954. Mit dem Modell «Lahco fleur» gelingt der Firma der Durchbruch zur Schweizer Branchenleaderin.



Beim Badeslip für Männer ist das typische Reissverschluss-Täschchen mit Dreiecksanhänger zu erkennen.

15



Verhältnis zu Eigenmitteln und Umsatz die üblichen Limiten eigentlich überschritten.¹⁶

Die nötige Kapitalerhöhung wurde dadurch erschwert, dass die Lahco ins Visier der alliierten Ermittler geraten war, die nach deutschen Vermögenswerten in der Schweiz suchten. Bereits 1943 war die Firma wegen ihrer Verbindungen zu Deutschland auf der Schwarzen Liste der Alliierten gelandet. Dasselbe galt für Direktor Bernhard Malblanc und dessen Halbbruder Erwin, der im Ausland als Vertreter für Heinzelmann und Lahco unterwegs war und nun der prodeutschen Spionage verdächtigt wurde, sowie für Erich Lang, der von anonymer Seite einer deutschen Vertretung in der Schweiz und des Nazi-Sympathisantentums bezichtigt worden war.¹⁷ Lang trat umgehend aus dem Verwaltungsrat zurück und wurde von der Schwarzen Liste entfernt.¹⁸ Bernhard Malblanc versuchte, möglichen Konsequenzen mit einem Konto bei einer Bank in Liechtenstein zuvorzukommen, wobei ihm der Bankdirektor die Geldbeträge offenbar jeweils persönlich übergab.¹⁹

1948 wurden die Besitzverhältnisse der Lahco erneut Thema. Die Schweiz hatte sich mit dem Washingtoner Abkommen von 1946 verpflichtet, die Vermögenswerte in der Schweiz von in Deutschland lebenden Deutschen zu liquidieren. Die alliierten Untersuchungsbehörden sahen es als erwiesen an, dass Lang, Wörndli und Voser 1935 ihre Aktienpakete von den Heinzelmanns nur treuhänderisch erhalten hätten und die Lahco folglich fast vollständig in deutschem Besitz sei. Weil die Schweizer Seite dies nicht zweifelsfrei widerlegen konnte, sollte es noch bis 1955 dauern, bis die Angelegenheit ad acta gelegt wurde und die ins operative Geschäft längst nicht mehr involvierte Familie Heinzelmann endgültig aus der Lahco ausschied.²⁰

16

Platz an der Sonne: Der Aufstieg der Lahco zur Branchenleaderin

Ungeachtet dieser Nebengeräusche gelang es der Lahco in der Nachkriegszeit, ihre Marktposition zu festigen. Zwar blieben die Eigenmittel beschränkt und der Absatz witterungsbedingten Schwankungen unterworfen,²¹ doch das schwungvoll-eingängige Logo war inzwischen bekannt. Namhafte Grafiker wurden für die Gestaltung von Werbeplakaten engagiert. Zum Markenzeichen der Männer-Badeslips wurde das Reißverschluss-Täschchen mit Dreiecksanhänger. Die Bademode machte nun den überwiegenden Teil des Sortiments aus, auch wenn noch immer Unterwäsche für Herren produziert wurde.

In der anhaltenden Phase der Hochkonjunktur positionierte sich Lahco als Qualitätsmarke im oberen Preissegment. Die steigende Kaufkraft der Bevölkerung ging einher mit wachsender Konsumfreude und immer rascher wechselnden Modetrends. Auch der Körper wurde zum Objekt des Konsums – und mit ihm das Badetrikot, in dem er zur Schau gestellt wurde wie sonst nie im öffentlichen Raum. Parallel dazu gewann die aktive Freizeitgestaltung weiter an Bedeutung. Im Zug der Massenmotorisierung reisten immer mehr Schweizerinnen und Schweizer im Auto ans Meer in die Ferien – natürlich mit schicker Badebekleidung im Gepäck.²²

Reiten auf der Erfolgswelle: Synthetische Stoffe und neue Arbeitskräfte

Die 1950er-Jahre brachten in der Bademode den Siegeszug des Bikinis und einen technischen Innovationsschub, mit dem sich synthetische Fasern als Grundstoff etablierten. Lahco setzte nun primär auf Helanca, ein gekräuselt Polyamidgarn. Die Kunstfasern zeichneten sich nicht nur durch Zugfestigkeit und Elastizität aus, die Kleider saugten sich auch weniger mit Wasser voll und trockneten schneller, was den Tragkomfort insbesondere für Frauen deutlich erhöhte. Der Badeanzug wurde quasi zur zweiten Haut.²³ Die Kindermodelle von Lahco waren zudem beliebt, weil sie dank eingearbeiteter Gummifäden mit ihren Trägern mitwuchsen und über mehrere Saisons getragen werden konnten.²⁴

Wie in der Textil- und Bekleidungsindustrie üblich, beschäftigte die Lahco weiterhin mehrheitlich Frauen. Im September 1945 umfasste der Personalbestand 129 Personen, darunter 20 Männer. Von den Frauen – ausschliesslich Schweizerinnen – waren 60 in der Fabrik tätig und 49 in Heimarbeit.²⁵ Bis in die frühen 1960er-Jahre stieg die Zahl auf rund 200 Arbeitskräfte, von denen je rund zwanzig in zwei Ateliers in Wettingen und Neuenhof arbeiteten. Die Arbeiterinnen waren im Akkord angestellt, 1963 zu einem Stundenlohn von 1.80 bis 3 Franken. Mehr als die Hälfte der Belegschaft machten nun Gastarbeiterinnen aus.²⁶

Von 1957 bis 1970 stieg die Stückzahl der jährlich produzierten Badeartikel von 250 000 auf rund 400 000. Der Jahresumsatz wuchs 1968 auf ungefähr sieben Millionen Franken an. Die Schweiz blieb Hauptabsatzmarkt, der Exportanteil von rund 15 Prozent (1971) ging ins europäische Ausland, primär nach Deutschland und Italien. Der Vertrieb lief über eigene

Miss-Schweiz-Wahl 1966 in Zürich – mit Lahco als Sponsor.



18

Die Zuschneiderei im Jahr 1972, nachdem die Strickmaschinen aus der Fabrikhalle verschwunden sind.



Vertreter, zu kaufen gab es die Lahco-Produkte, die nun auch unter «Lahco of Switzerland» vermarktet wurden, in Sport- und Modengeschäften sowie in gehobenen Warenhäusern.²⁷

Baden im Schnee: Skimode als zweites Standbein

1968 kam es zur Übernahme durch die Iril S. A. mit Sitz in Renens VD. Innerhalb der expandierenden Firmengruppe wurde die Lahco der Nabholz AG in Schönenwerd angegliedert, die für Sportbekleidung bekannt war. Die Strickerei wurde geschlossen und der Verkauf von Herren-Unterwäsche eingestellt. Der Stoff wurde nun zugekauft, Kreation, Zuschneiderei und Näherei verblieben in Baden.²⁸

Bereits in den 1960er-Jahren hatte die Lahco damit begonnen, mit Skibekleidung ein zweites Standbein aufzubauen. Damit sollten die Kapazitäten besser ausgelastet werden, wurde doch die Bademode vor allem in den Wintermonaten produziert. In den 1970er-Jahren sollte die Lahco unter ihrem Namen zusätzlich Skihosen aus den Werkstätten einer Iril-Tochter in Wangen an der Aare vertreiben. Einige Jahre lang gehörte die Lahco zum Ausrüsterpool der Schweizer Ski Alpin-Nationalmannschaft. Das Know-how in der Produktion von hautenger Kleidung kam der Firma nicht zuletzt bei der Entwicklung aerodynamischer Rennanzüge für die Abfahrerinnen und Abfahrer zugute.²⁹ Auch Freizeit-Wintersportler waren aber mit Lahco beim «Skibaden» gut bedient, wie ein Werbeinserat versprach.³⁰

19

Im Tauchgang: Deindustrialisierung und das Ende der Lahco in Baden

1971 feierte die Lahco (50 Jahre) auf dem Schloss Lenzburg gemeinsam mit Nabholz (150 Jahre) mit Gästen aus Politik und Wirtschaft ein Doppeljubiläum³¹ – dies im Zenit ihrer Tätigkeit, wie sich erweisen sollte. Nachdem die Lahco ihr Sortiment in den 1970er-Jahren zunächst mit Bademänteln und Homewear ausgebaut hatte, musste sie 1974 infolge der Ölkrise einen ersten Absatzeinbruch hinnehmen. Um die Arbeiterinnen beschäftigen zu können, nahm man zusätzlich die Produktion von Büstenhaltern auf. Bald darauf liess die Lahco einen Teil ihrer Badekleider in Italien herstellen – und konnte den Umsatz vorerst nochmals steigern: 1976 wurde sogar erstmals die Marke von zehn Millionen Franken überschritten.³²

Doch der Erfolg war trügerisch. 1979/80 kam es zu einem Management-Buy-out: Der langjährige Nabholz-Direktor Sam

Das Fabrikgebäude an der Mellingerstrasse 1945 ...



20

... und kurz vor dem Abbruch im Januar 1986.



Voellmy und seine Familie übernahmen mit einer Holding das gesamte Aktienkapital von Nabholz/Lahco. In der Folge sollte sich zeigen, dass die Auswirkungen des industriellen Strukturwandels auf die Bekleidungsbranche unterschätzt worden waren. Der wachsende Konkurrenzdruck aus Ländern mit tieferen Lohn- und Produktionskosten, insbesondere aus Asien, setzte dem Unternehmen zu. Die Marke Lahco war im Bademodemarkt neben internationalen Mitbewerbern plötzlich nur noch eine unter vielen. Auch auf die immer schnelleren Kollektionswechsel war man kaum vorbereitet. Für die agilere Lahco erwies sich zudem die Verstrickung mit der Firma Nabholz zunehmend als Hypothek. Entgegen dem Branchentrend hatte letztere an der vertikalen Integration, also der gesamten Produktionskette vom Faden bis zum fertigen Kleid, festgehalten.³³

1983 reduzierte die Lahco im Filialbetrieb in Wil SG, wo sie inzwischen Badehosen für Männer produzierte, den Personalbestand massiv.³⁴ 1985 übernahm der Sanitär- und Immobilienunternehmer Walter Hauenstein die am Abgrund stehende Nabholz/Lahco – nach namhaften Abschreibungen durch Banken, Lieferanten und die Pensionskassen. Zum Sanierungsplan gehörte auch die Schliessung der Lahco-Fabrik in Baden. Den 95 verbliebenen Angestellten wurde ein Angebot für eine Weiterbeschäftigung in Schönenwerd gemacht, das knapp die Hälfte annahm.³⁵ Im Herbst 1985 wurde in Baden das letzte Badekleid genäht, im Januar 1986 erfolgte der Abbruch der Fabrik, die einer Wohnüberbauung weichen sollte.³⁶

21

Auf zu neuen Ufern: Relaunch mit Retro-Chic

Obwohl in der Folge der Turnaround trotz mehrerer Umstrukturierungen und Eigentümerwechsel nicht gelang, lebte der Name Lahco weiter – ab 1993 in einem Betrieb in Glattbrugg.³⁷ Der Glanz der besten Zeiten war jedoch weg. 2003 kaufte Renate Millauer-Lang die Marke Lahco und baute sie mit Rückbesinnung auf die Tradition wieder auf – mit hochwertiger Bademode im Retro-Chic.³⁸ 2017 kam es zum Konkurs, nachdem Millauer vom Mehrheitsaktionär ausgebootet worden und dieser kurz darauf verstorben war. 2018 übernahm die Sockenfirma Rohner in Balgach SG die Lahco³⁹ – und führt sie seither in der Markentradition weiter. Mit der Verwendung von regeneriertem Polyamid setzt sie jetzt auf Nachhaltigkeit. Die Kollektionen entstehen in der Schweiz, produziert wird in Spanien.⁴⁰

Anmerkungen

- 1 Richter, Artur Georg; Langenbacher, Karl: Heinzelmännchen-Lesebuch. Reutlingen 1961, S. 68ff.
- 2 Der Vegetarier Lahmann, der in Dresden ein Sanatorium betrieb, wandte sich mit seiner Unterwäsche aus «Reformbaumwolle» nicht nur gegen die als einengend empfundene bürgerliche Mode, sondern auch gegen die populäre «Normalkleidung» des Stuttgarter Heilpraktikers Gustav Jaeger (1832–1917), dessen System auf Wolle basierte. Vgl. Burri, Monika: Bodywear. Geschichte der Trikotkleidung, 1850–2000. Zürich 2012, S. 87. Ellwanger, Karen; Meyer-Renschhausen, Elisabeth: Kleidungsreform. In: Kerbs, Diethart; Reulecke, Jürgen (Hg.): Handbuch der deutschen Reformbewegungen 1880–1933. Wuppertal 1998, S. 87–102.
- 3 Die notarielle Gründererklärung datiert vom 19.12.1921, die Gründung selbst vom 28.1.1922. Als Firmenname war zunächst Lahmac A. G., dann Lahmanco A. G. vorgesehen, ehe er am 16.2.1922 durch eine Statutenrevision auf Lahco A. G. geändert wurde. SHAB, Band 40 (1922), S. 331. Schweizerisches Bundesarchiv (BAR), E7160-07#1968/54#484*, Auszug aus Akten des Eidgenössischen Amtes für das Handelsregister. Richter/Langenbacher, Heinzelmännchen-Lesebuch, S. 74.
- 4 SHAB, Band 40 (1922), S. 331. Die Ansiedlung deutscher (Schein-)Firmen wurde in der Schweiz kontrovers diskutiert, so wurden Befürchtungen einer «wirtschaftlichen Überfremdung» laut. Vgl. dazu Müller, Margrit: Internationale Verflechtung. In: Halbeisen, Patrick; Müller, Margrit; Veyrassat, Béatrice (Hg.): Wirtschaftsgeschichte der Schweiz im 20. Jahrhundert. Basel 2012, S. 339–465, hier S. 437f. sowie Uhlig, Christiane et al.: Tarnung, Transfer, Transit. Die Schweiz als Drehscheibe verdeckter deutscher Operationen (1938–1952). Zürich 2001, S. 33–52.
- 5 Die Parketterie hatte sich im 19. Jahrhundert aus einer Sägerei entwickelt und war nach ihren Besitzern unter den Namen Rohn, Thurnheer-Rohn und Ciocarelli & Link bekannt, ehe sie nach dem Ersten Weltkrieg einging.
- 6 StAB, B.40.21, Fabrikverzeichnisse 1925. Nicht eingerechnet sind etwaige Beschäftigte in Heimarbeit.
- 7 Richter; Langenbacher, Heinzelmännchen-Lesebuch, S. 74. Fahrländer, Ernst: Die schweizerische Wirkerei- und Strickereiindustrie. Ihre Entwicklung und ihr Stand am Ende des Zweiten Weltkrieges. Bern 1946, S. 58–70.
- 8 Richter; Langenbacher, Heinzelmännchen-Lesebuch, S. 74.
- 9 Burri, Bodywear, S. 239–264. Ott, Hans: Das Terrassen-Schwimmbad Baden. In: Badener Neujahrsblätter 11 (1935), S. 3–15.
- 10 Solothurner Nachrichten vom 29./30.5.1971. Der Zeitungsartikel bezieht sich auf einen Kurzauszug zur Firmengeschichte, der mehrfach für Presseunterlagen verwendet wurde.
- 11 National Archives and Records Administration (NARA), Washington, RG 260, General Records Pertaining to External Assets Investigations, 1948–1950, digitalisierte Mikrofilme (M1922. Records of the External Assets Investigation Section of the Property Division, OMGUS, 1945–1949) zur Firma Heinzelmännchen, abgerufen über das Portal www.fold3.com am 7.1.2020. Die Vermutung liegt nahe, dass sich Malblanc zuvor bei Heinzelmännchen in Reutlingen verdient gemacht hatte. Oskar Heinzelmännchen, der Bruder von Patron Max Heinzelmännchen, scheint zu diesem Zeitpunkt nicht mehr bei Lahco involviert gewesen zu sein.
- 12 BAR, E7160-07#1968/54#484*. Bericht von Rechtsanwalt Schott vom 19.7.1943 im Rahmen einer Strafuntersuchung gegen Hans Heinzelmännchen.
- 13 Schweizerisches Sozialarchiv, Ar.18.302.2, Gewerkschaftskorrespondenz zur Lahco, 1932–1935.
- 14 SHAB, Band 51 (1933), S. 1280 und Band 54 (1936), S. 31f. BAR, E7160-07#1968/54#484*, diverse Dokumente. Die Geschäftsbeziehung zwischen den Familien Heinzelmännchen und Lang reichte bis in die 1880er-Jahre zurück, als Lang & Cie das Rohmaterial für die Dr. Lahmann-Unterwäsche geliefert hatte (Richter; Langenbacher, Heinzelmännchen-Lesebuch, S. 70).
- 15 Solothurner Nachrichten vom 29./30.5.1971. Vgl. auch Burri, Bodywear, S. 262ff. sowie Schmidt, Christine: The Swimsuit. Fashion from Poolside to Catwalk. London/New York 2012, S. 81ff.
- 16 BAR, E7160-07#1968/54#484*, Bericht der Aargauischen Hypothekenbank zuhanden der Schweizerischen Verrechnungsstelle vom 30.10.1948. Mittler, Otto; Lüthi, Alfred: Der Bezirk Baden. Heimatgeschichte und Wirtschaft (Bezirkschroniken des Kantons Aargau, Band 4). Zollikon 1947, Anhang, S. 24. Vgl. auch Fahrländer, Wirkerei- und Strickereiindustrie, S. 86–97.
- 17 Inglin, Oswald: Der stille Krieg. Der Wirtschaftskrieg zwischen Grossbritannien und der Schweiz im Zweiten Weltkrieg. Zürich 1991, S. 388f. und 393. Erwin Malblanc trat unter anderem als Vermittler zwischen dem schweizerischen Konsulat in Venedig und dem dortigen deutschen Platzkommando auf. Dabei gelang es ihm 1943 beispielsweise, im Kompensationsgeschäft eine Lieferung von 10 000 kg Gummifäden in die Schweiz zu veranlassen, wovon 2000 kg für die Lahco bestimmt waren (BAR, E2001E#1968/78#8514*, Brief des Schweizer Konsuls in Venedig an das Eidg. Politische Departement in Bern vom 13.5.1944).
- 18 BAR, E2001E#1968/78#8515*. Nach dem Krieg sollte Lang das Verwaltungsratspräsidium wieder bis 1969 übernehmen.
- 19 Lussy, Hanspeter; López, Rodrigo: Finanzbeziehungen Liechtensteins zur Zeit des Nationalsozialismus. Studie im Auftrag der Unabhängigen Historikerkommission Liechtenstein Zweiter Weltkrieg. Vaduz/Zürich 2005, Teilband I, S. 424f. BAR, E2001E#1968/78#8517*.
- 20 BAR, E7160-07#1968/54#484*. NARA, M1922. Erswert wurde die Untersuchung dadurch, dass Max Heinzelmännchen, der als Einziger den Überblick über die Heinzelmännchen-Beteiligung an der Lahco gehabt hatte, 1936 verstorben war. Zudem war ans Licht gekommen, dass Heinzelmännchen für Garnlieferungen durch Lang & Cie. zeitweise Überpreise gezahlt und so Devisen in die Schweiz verschoben hatte. Die Differenz zwischen Preis und Zahlung wurde auf dem Konto eines fiktiven Ernesto Stricker, Buenos Aires, verbucht.
- 21 BAR, E7160-07#1968/54#484*, Brief an die Schweizerische Verrechnungsstelle vom 16.4.1955.
- 22 Vgl. Tanner, Jakob; Studer, Brigitte: Konsum und Distribution. In: Halbeisen et al., Wirtschaftsgeschichte, S. 637–702. Andersen, Arne: «... und so sparsam!» Der Massenkonsum und seine Auswirkungen: Veränderung und Mentalitätswandel, dargestellt am «Schweizerischen Beobachter». Zürich 1998, S. 62–70.
- 23 Burri, Bodywear, S. 291–303. Schweizer Textilien, Heft 2 (1960), S. 164f.
- 24 Mündliche Auskunft von Josef Fallegger (1924–2021), von 1962 bis 1989 technischer Betriebsleiter der Lahco (mehrere Gespräche zwischen Januar und März 2021).
- 25 BAR, E2001E#1968/78#8514*.
- 26 Aufzeichnungen und Auskunft J. Fallegger.
- 27 Ebd. Textil-Revue, Herbst 1968. NZZ vom 2.6.1971. In Deutschland wurden die Lahco-Produkte nach einem Markenstreit zeitweise unter dem Namen Golden River vertrieben.
- 28 NZZ vom 8.10.1968. Textil-Revue, Herbst 1968. Auskunft J. Fallegger.
- 29 Aufzeichnungen und Auskunft J. Fallegger.
- 30 Schweizer Illustrierte, 6.12.1971.

31 Solothurner Nachrichten vom 29./30.5.1971. NZZ vom 2.6.1971. Aus diesem Anlass dürfte das Gründungsjahr der Lahco auf 1921 gelegt worden sein (vgl. Anm. 3). Der Name Heinzelmann taucht in den Presseunterlagen zur Firmengeschichte nicht auf.
32 Schriftliche Aufzeichnungen und mündliche Auskunft J. Fallegger.
33 Mündliche Auskunft und Einschätzung von Hans Vögeli (*1954), von 1981 bis 1988 Leiter Finanzen und Administration bei Nabholz/Lahco, vom 1.3.2021. Wie tiefgreifend

die Umwälzungen in der Bekleidungsindustrie waren, lässt sich auch daran ablesen, dass die Branche im Aargau zwischen 1975 und 1985 rund die Hälfte ihrer Betriebe und über ein Drittel der Beschäftigten verlor (Seiler, Christophe; Steigmeier Andreas: Geschichte des Aargaus. Aarau 1991, S. 189).
34 NZZ vom 25.2.1983.
35 Badener Tagblatt vom 19.1. und 2.2.1985. Aargauer Volksblatt vom 6.9.1985.
36 Aargauer Tagblatt vom 6.9.1985. Badener Tagblatt vom 11.1.1986.
37 Aargauer Tagblatt vom

27.6.1986, 4.10.1988, 26.10.1988, 14.1.1989 und 1.8.1990. NZZ vom 16.4.1991, 1.10.1992 und 23./24.1.1993. Trepp, Gian: Swiss Connection. Zürich 1996, S. 119f.
38 NZZ am Sonntag vom 3.4.2005. SonntagsZeitung vom 8.7.2007. Handelszeitung vom 21.5.2008. Südostschweiz vom 28.6.2015.
39 NZZ vom 3.10.2017. Bilanz vom 26.10.2017. Handelszeitung vom 21.6.2018. Ostschweiz am Sonntag vom 24.6.2018.
40 www.lahco.ch (abgerufen am 4.5.2021).

