

| | |
|---------------------|---|
| Zeitschrift: | Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa |
| Herausgeber: | Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten |
| Band: | 98 (1991) |
| Heft: | 3 |
| Artikel: | Europa : eine Grösse |
| Autor: | Langenegger, Rolf |
| DOI: | https://doi.org/10.5169/seals-678400 |

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



20000 Teile verlassen täglich die Produktion

Bild: Sidema AG

Sättigungserscheinungen der Konsumenten in bestimmten Qualitäten und Preislagen.

Vom Schweizer Fabrikanten wird auch von Schweizer Einkäufern immer höherwertigere Wäsche verlangt.

Der zunehmende grenzüberschreitende Bekleidungshandel in der Schweiz wie im europäischen Ausland zwingt zum Ausbau der Exporte, um im Inland verloren gehende oder gefährdete Marktanteile aufzufangen.

Exporterfolge lassen sich im harten Wettbewerb fast nur mit höherwertiger Ware erreichen. Dem will die Sidema SA in zunehmendem Masse Rechnung tragen. Erste Erfolge sind vielversprechend.

Dies wiederum zwingt zu einer den neueren Gegebenheiten angepassten Absatzstrategie. Der kostengünstige und äusserst rationelle Sidema Verkaufsstab (dank vornehmlich grösserer Mengen bei absatzstarken Einzelhändlern) ist zu ergänzen. Im deutschsprachigen Ausland wird ein effizientes und stärkeres Verteilernetz aufgebaut.

Dem Bedürfnis eines verstärkten Absatzes höherwertiger Produkte wird die Sidema SA dermassen Rechnung tragen, dass mit auf Markenartikeln spezialisierten Grossisten im In- und Ausland Kooperationsvereinbarungen geschlossen werden. Verhandlungen sind vielversprechend und stehen vor dem Abschluss.

Hochwertigere Ware heisst auch vermehrte Verarbeitung feinerer Garne. Nicht mehr den Bedürfnissen der

Sidema SA genügende Rundstrickmaschinen sind bereits durch solche ersetzt worden, die Stoffe aus feineren Garnen zu produzieren vermögen. Die Sidema SA stellt (einige Ausnahme: geringe Mengen bedruckter Stoffe) den eigenen Stoffbedarf ausschliesslich in Barbengo her.

Keine kurzfristige Umwälzungen

Diese Marktstrategien bedeuten keine radikale Preisgabe der bisherigen Un-

ternehmenspolitik der Sidema SA. Das ist ein Grund weshalb der Investitionschub der letzten drei Jahre sukzessive erfolgte und weiterhin erfolgen wird. Die Sidema SA strebt also keine kurzfristige Umwälzung ihrer bisherigen Aktivitäten an. Die Sidema SA passt sich vielmehr beiziehen und laufend den sich immer wieder ändernden internationalen Marktbedürfnissen an.

Noch nie rote Zahlen

Bei all diesen Überlegungen geht die Sidema SA davon aus, dass sich die Zukunft nicht alleine mit den Mitteln der Vergangenheit lösen lässt, mögen sie noch so erfolgreich gewesen sein. Während ihrer 33jährigen Geschichte hat die Sidema SA nie mehr rote Zahlen «schreiben» müssen. Der neue Investitionsschub wird mit dazu beitragen, dass sich dies auch in Zukunft nicht ändern wird. Auf dem grossen europäischen Markt ist die Sidema SA gut vorbereitet.

JR ■

Europa – eine Grösse

Einheitliche Kleidergrössen für Europa

Von Land zu Land abweichende Kleidergrössensysteme verunsichern seit jeher die Konsumenten. Warenangebote verschiedenster Herkunft im gleichen Geschäft lassen das Grössendurcheinander besonders deutlich werden. Nun scheint in absehbarer Zeit aber ein Europa mit einheitlichen Kleidergrössen bevorzustehen.

Initiant der ersten Stunde ist der Swiss-fashion-Direktor, Rolf Langenegger, der mit der Zeit auf Unterstützung verschiedenster Interessentengruppierungen zählen konnte. Eine Studiengruppe der europäischen Bekleidungsindustrie ist nun nach intensiven Vorarbeiten mit konkreten, verblüffend einfachen und den Bedürfnissen von Produzenten,

Detailhandel und Konsumenten entsprechenden Normen an die Öffentlichkeit getreten. Die vorgestellten Arbeiten basieren auch auf den Erkenntnissen der internationalen Normenorganisation (ISO).

«...tut endlich was!» Diese Aufforderung wurde vor rund zehn Jahren von Verbrauchern, Einzelhändlern und

Bekleidungsherstellern an Rolf Langenegger herangetragen. Steine des Anstosses und der Unmutskundgebung waren die unterschiedlichsten Grössensysteme und -kennzeichnungen auf den Märkten der europäischen Länder. Europa, das Babylon der Größen!

Rückblick

Die ersten Beratungen und Analysen anfangs der 80er Jahre liessen noch keine reellen Hoffnungen für ein gemeinsames Grössensystem im west-europäischen Raum aufkommen. Die Gegensätze schienen unüberbrückbar. Die Grössentabellen der einzelnen Länder waren auf zu unterschiedlichen Grundlagen aufgebaut und damit praktisch nicht vergleichbar. Eine Annäherung bzw. Harmonisierung der nationalen Auffassungen bei wichtigen Grundsätzen der Grössennormierung stiess aus Gründen des Prestiges, der Tradition, der Mentalität, der Kompetenz, der Durchsetzung usw. auf viele Schwierigkeiten. Oft wurde auch mit den Argumenten gefochten, dass sich Körpermasse eines Nordeuropäers nicht mit jenen eines Südeuropäers vergleichen liessen. Oder, dass die menschliche Gestalt in keinem früheren Jahrzehnt einem solchen Wandel unterworfen war wie gegenwärtig.

Diese Einwände treffen zwar teils zu, sollen und dürfen aber kein Hindernis bei den Bemühungen um ein einheitliches, internationales Grössensystem sein. Einige Länder waren zudem aus grundsätzlichen Überlegungen gegen eine internationale Harmonisierung der Grössensysteme. Sie befürchteten, dass diese für den Bekleidungshersteller einer Beschränkung seines kreativen Spielraumes gleichkäme. Letztlich engten auch nationale Normen, Verordnungen und Empfehlungen den Handlungsspielraum ein.

Bereits frühere Koordinationsarbeiten des Europäischen Verbandes der Bekleidungsindustrien hatten zwar einige konkrete Verbesserungen gebracht. Diese gehören in der Zwischenzeit zum Alltag. So stützt sich

die Grössenbezeichnung bei der Kinderbekleidung in den meisten Ländern nicht mehr auf Altersstufen, sondern auf die Körperhöhe. Auch bei den Miederwaren konnte eine international sinnvolle Lösung gefunden werden. Für die Grössenbezeichnung bei Büstenhaltern und elastischen Corsets ist die Unterbrustweite, bei Elastikschnüpfen und -höschen die Taillenweite entscheidendes Kennmass. In anderen, wesentlichen Bereichen der Damen- und Herrenbekleidung aber liess der Durchbruch nach wie vor auf sich warten.

Ausgangslage

Im Rahmen der ISO, der internationalen Normenorganisation, konnten erste Übereinstimmungen in den wesentlichen Grundsätzen der Grössenordnung erarbeitet werden. Vier Leitlinien wurden als Basis für inskünftige Grössentabellen verabschiedet:

1. Verwendung von Körpermassen, da die anthropometrischen Gegebenheiten des Körpers fix sind (Anthropometrie = Wissenschaft von den Massverhältnissen am menschlichen Körper und derer exakten Bestimmung).

2. Verwendung des metrischen Systems.

3. Verwendung von ein bis drei körperbezogenen Identifikationsmassen (Kennmasse) pro Bekleidungsartikel.

4. Einführung von sprachüberbrückenden Piktogrammen, d.h. Darstellung menschlicher Silhouetten, auf welchen die Kennmasse des zum Verkauf angebotenen Artikels aufgeführt sind.

Festzuhalten ist, dass das Körpermass nicht mit den Massen der fertigen Kleidung verwechselt werden darf. Das Körpermass ist nur eines von verschiedenen Elementen für die Herstellung eines Bekleidungserzeugnisses. Es ist jedoch die primäre Grundlage für die Schnittkonstruktion. Die modische und individuelle Gestaltung der Bekleidung wird dadurch nicht berührt.

Trotz dieser ersten Ergebnisse liess eine Harmonisierung der europäischen Grössensysteme noch auf sich warten. Die nationalen Ausgangslagen und Strukturen der Grössensysteme waren nämlich nach wie vor zu verschieden. Vor rund vier Jahren wurde deshalb eine Arbeitsgruppe der europäischen Bekleidungsindustrien gebildet. Diese sollte die Möglichkeiten einer Vereinheitlichung der bestehenden Grössensysteme studieren. Der Vorsitz dieser Studiengruppe, in der Sachverständige von Produzenten, Einzelhändlern, Instituten und Verbänden aus elf Ländern mitarbeiteten, wurde Rolf Langenegger als neutralem Laien anvertraut. Die Schweiz kennt einen hohen Importanteil und ist damit laufend mit den Grössenproblemen konfrontiert ist.

Die Vorgaben für das angestrebte moderne, zukunftsgerichtete Grössensystem lauteten: den Bedürfnissen des Verbrauchers, Handels und Verkaufs sowie der Industrie bei der Kennzeichnung der Größen von Bekleidung gerecht zu werden, den technischen Erkenntnissen und Notwendigkeiten der Produktionsstufe voll Rechnung zu tragen und in Übereinstimmung mit der Mondoform-Grössenbezeichnung der ISO zu sein.

Die Basis der Studie bildeten deshalb die

- weltweit bestehenden Grössensysteme
- Ergebnisse von Reihenmessungen der letzten 25 Jahre und
- bestehende internationale Normen der ISO.

Vorschläge

Als Ergebnis dieser Arbeiten darf ich Ihnen heute das Grössensystem der Zukunft in Form einer europäischen Empfehlung präsentieren.

Die Empfehlungen stützen sich schwergewichtig auf die folgenden elf ISO-Normen:

- ISO 3635 Size designation of clothes – Definition and body measurement procedure

- ISO 3636 Size designation of clothes - Men's and boys' outerwear garments
- ISO 3637 Size designation of clothes - Women's and girls' outerwear garments
- ISO 3638 Size designation of clothes - Infants' garments
- ISO 4415 Size designation of clothes - Men's and boys' underwear, nightwear and shirts
- ISO 4416 Size designation of clothes - Women's and girls' underwear, nightwear, foundation garments and shirts
- ISO 4417 Size designation of clothes - Headwear
- ISO 4418 Size designation of clothes - Gloves
- ISO 5971 Size designation of clothes - Pantyhose -
- ISO 7070 Size designation of clothes - Hosiery
- ISO 8559 Garment construction and anthropometric surveys - Body dimensions

In Ergänzung zu den internationalen Normen der ISO beinhalten die Empfehlungen der europäischen Studiengruppe zwei wesentliche Neuerungen:

Vereinheitlichung der Intervalle für die Kennmasse; Festlegung gemeinsamer Startpunkte für die Körperhöhenabstufung.

Im Einklang mit der Vereinheitlichung der Definitionen der Sekundärmasse durch die ISO, wurden damit die Voraussetzungen für die Strukturen der internationalen Grössentabellen geschaffen.

Nach Abschluss der technischen Arbeiten für ein einheitliches Grössensystem stellte sich die Frage, wie dieses - unter Beachtung der ISO-Normen - zwecks optimaler Markttransparenz klar und unmissverständlich ausgedrückt werden kann.

Im Interesse der Sache hat sich die Studiengruppe für einen Bruch mit den nationalen Traditionen entschieden. Letztlich erfahren alle bisherigen Grössensysteme kleinere oder grössere Änderungen. In diesem Zusammenhang verweise ich auf drei Arbeiten, die einen guten Überblick über die bisherigen handelsüblichen Grössensysteme in vielen Ländern geben:

- «Storlekssystem för Kläder i olika Länder» von Margareta Cednäs und Eva Tobisson, TEFO Göteborg, Oktober 1986
- «Etude sur les barèmes internationaux des mesures du corps humain» von Eleonore Brille, CETIH Paris, Mai 1989
- «Grenzüberschreitende Zuordnung von Bekleidungsgrössen» von Walter Rausch, Hohensteiner Institute, Mai 1990. Im Werk von Walter Rausch werden die bisherigen Grössensysteme bereits detailliert mit unseren Empfehlungen verglichen. Der Autor hält in seinem IST-/SOLL-Vergleich die Abweichungen zwischen den nationalen Usanzen und der empfohlenen neuen europäischen Lösung fest.

Der Entscheid für eine neue Grössenbezeichnung will auch eine Polemik zur Frage des besten bisherigen Systems der Grössenkennzeichnung verhindern. Damit wird nämlich auch die Frage, ob inskünftig beispielsweise die italienische, französische oder deutsche DOB-Grösse 36 die entsprechende europäische Grösse ist, hinfällig.

In der Praxis sind die sehr exakten ISO-Bezeichnungen für manche Zwecke zu lang und zu umständlich. Deshalb wurde nach einer einfacheren Lösung gesucht. Diese musste logisch, konsequent, einprägsam und flexibel sein. Ferner waren Multifunktionalität, Sprachunabhängigkeit und Anpassungsfähigkeit gefordert. Der Vorschlag für eine neue Kurzbezeichnung basiert wie bis anhin (z.B. DOB-Grösse 36, Haka-Grösse 50 oder KOB-Grösse 104) auf der Verwendung einer zweistelligen Zahl. Diese primäre Zahlenangabe kann je nach Bedürfnis durch Farben und/oder Symbole ergänzt werden.

Die Empfehlungen für die Kurzbezeichnung der europäischen Grössen, beziehen sich bei Damen- und Herrenbekleidung auf den Brustumfang (z.B. DOB-Grösse 84, 88 oder 92 bzw.

Haka-Grösse 104, 108 oder 112). Bei Mädchen- und Knabenbekleidung ist weiterhin die Körperhöhe (z.B. Grösse 110, 116 oder 122) massgebend.

Sollen Körperhöhe und Figurtyp (z.B. schmalhüftig, sportlich oder korpulent) zusätzlich in die Grössenkurzbezeichnung aufgenommen werden, so sind dafür Farben und Symbole vorgesehen.

Gestützt auf diese Vorgaben liess sich ein Grob- und Feinraster für eine Systematik erarbeiten. Diese beinhaltet die Möglichkeit einer umfassenden, multinationalen und sprachüberbrückender Information. Die prägnanten Bausteine der neuen Grössenkennzeichnung sind:

- Zahlen (für Grössenkurzbezeichnung)
- Piktogramme (für Kennmasse)
- Farben (für Körperhöhen) und
- Symbole (für Figurtypen)

Bei den Figurtypen signalisiert überdies ein Kreis, dass es sich um Damenbekleidung handelt. Die Angaben für die Herrenbekleidung werden innerhalb eines auf eine Ecke gestellten Quadrates vermittelt.

Figurtyp Damen:

- schmalhüftig



- normalhüftig (standard)

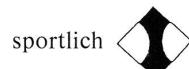


- breithüftig



Herren:

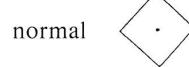
sportlich



korpulent



normal



Bauch



stark



Unisex =

Damen und Herren:

Standard



Um den Warenverkehr zwischen den betroffenen Stufen zu erleichtern, lassen sich alle Angaben für die EDV durch eine sechsstellige Zahl, dem Grössencode (z.B. 088411), wiedergeben.

Die ersten drei Zahlen stehen für die Grössenkurzbezeichnung, die vierte für die Farb-Nummer (Körperhöhe), die fünfte für die Symbol-Nummer (Figurtyp) und die sechste für die zu bekleidende Person. (Die vorstehende Zahlenkombination bedeutet: Grösse 88, 168 cm Körperhöhe, schmalhüftig, Damenbekleidung)

In den Empfehlungen werden in den Grössentabellen primär die Körpermasse der «Normalfigur» wiedergegeben. Die Sprungwerte basieren auf den anthropometrischen Vorgaben. Diese wurden mit Blick auf die technischen Bedürfnisse (EDV bzw. Gradierung) harmonisiert und streng logisch festgelegt.

Zusätzlich zur Normalfigur sind in den Tabellen ferner auch die üblichen Abweichungen für schmalhüftige bzw. breithüftige Personen aufgeführt. Die Grössenreihen für kleinere resp. grössere Personen sind in drei Anhängen festgehalten.

Die Körpermassstabellen für Bekleidung werden in den nächsten Wochen in deutsch, englisch, französisch und italienisch publiziert.

Nach zahllosen Abklärungen und Kontakten mit Handelsfirmen und -verbänden, Verbrauchern und Konsumentenorganisationen, Schulen und Instituten, sowie Produzenten in Europa und Übersee erfolgt der Schritt an die Öffentlichkeit. Vorerst sollen Industrie und Handel via Fachpresse informiert werden. Mit Blick auf die notwendigen Umstellungen (Logistik, EDV-Programme, Strichcodes, Etikettenlager usw.) dürften die neuen Grössen ab ca. 1992 auf dem Markt anzutreffen sein. Gleichzeitig sind Anstrengungen im Gange, dieses Grössensystem zu einer CEN-Norm (europäische Normung) zu machen.

Die multinationale Studiengruppe ist sich durchaus bewusst, dass von konservativer Seite Kritik einsetzen wird.

Schliesslich fällt kein Abschied auf der Welt so schwer, wie der Abschied von der Gewohnheit. Doch das logisch konsequent durchdachte und alles umfassend ausdrückbare Grössensystem wird diese Bewährungsprobe bestehen. Letztlich lassen sich darin nämlich auch die Ergebnisse künftiger Reihenmessungen problemlos integrieren.

Europa ist an der Pforte zum Binnenmarkt. Fortschritt ist Bewegung. Wir

wollen daran teilhaben und klar Stellung beziehen, d.h. Farbe bekennen und Grösse zeigen. Lassen wir Industrie, Handel und Konsumenten gemeinsam den Weg zu einer Grösse beschreiten, denn Europa ist eine Grösse.

Rolf Langenegger

Direktor Swissfashion

Gesamtverband der Schweizerischen Bekleidungsindustrie 8027 Zürich ■

Neue Technologien in der Aus- und Weiterbildung der Bekleidungsindustrie

In der Vergangenheit reichte das Erlernen eines Berufes für das ganze Leben. In der Gegenwart lernt man zwar auch noch für das Leben, aber nicht auf den Menschen bezogen, sondern auf das Leben einer Maschine oder einer Software.

Leben ist Lernen: Eine Erkenntnis aus der Biologie, die sich heute auch auf die Wirtschaft übertragen lässt. Nur lernfähige Systeme sind lebensfähig. Die zur Zeit herrschende technologische Dynamik fordert auf allen betrieblichen Stufen überlebensnotwendige Weiterbildung.

Für unsere Industrie würde dies bedeuten:

Eine Lehre, mit technologisch angepassten Lerninhalten plus betriebliches Weiterbildungskonzept, als permanenter Prozess für die Mitarbeiterqualifikation auf der Basis einer gezielten Personalplanung.

Eine Strategie, welche mit über den künftigen Unternehmenserfolg entscheidet.

Lernen als strategischer Erfolgsfaktor

Welche Aufgaben kommen auf uns zu?

- neue Märkte (auch Nischen)
- neue Produkte (Innovation)
- neue Technologien (einzeln oder vernetzt)

Die daraus resultierenden Anforderungen sind eine stete Herausforderung.

Hier fruchtet eine qualitative Personalentwicklung, durch:

- gezielte Weiterbildungsmassnahmen
- Anwendung des erworbenen Wissens und Anerkennung der Leistung