

Masse und Massen

Na, welche Konfektionsgrösse tragen Sie?
Über Geschichte, Politik und Auswirkungen
eines Konzepts.

Text: Sandra Brun





Die Standardisierung hat ihre Grenzen: Eine XL in den USA ist eine andere als jene in Asien

annabelle No. 7/2026 Foto: Allyssa Heuze/Trunk Archive

Fünf Paar Hosen, fünfmal dieselbe Grösse und doch steht man am Schluss frustriert mit dem Retour-Paket unter dem Arm am Postschalter: Kaum je passt ein Kleidungsstück genau auf den eigenen Körper. Um zu verstehen, wie das sein kann und warum sich die Frage nach den persönlichen Massen so übergriffig anfühlt, müssen wir zurück zum Ursprung der Konfektionsgrössen.

Am Anfang war das Militär: Um ein ganzes Heer und damit Soldaten mit unterschiedlichen Körpergrössen und -formen einzukleiden, begann man spätestens im Ersten Weltkrieg, fixe Grössen festzulegen: S, M, L, XL – die erste Standardisierung. In der Folge konnte Kleidung sehr schnell sehr effizient produziert werden. «Dass diese Uniform dann nicht super toll sitzt, ist klar. Es ging um reine Praktikabilität», erklärt Modesoziologin Monika Kritzmöller, Titularprofessorin an der Universität St. Gallen, freischaffende Wissenschaftlerin und Leiterin ihres Forschungs- und Beratungsinstituts Trends und Positionen. Sie untersucht Mode nicht nur als Produkt, sondern als kulturelle und soziale Sprache.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde Kleidung noch auf den Körper geschneidert. Sie musste sich den individuellen Angaben beugen. Doch der Herstellungsprozess dauerte mehrere Wochen und war entsprechend kostspielig, oft musste ein halber bis ein ganzer Monatslohn pro Kleidungsstück investiert werden.

Im Zuge der Industrialisierung folgte die zweite grosse Standardisierung mit dem Übergang von der Mass- zur Masskonfektion. Und die betraf auch die breite Öffentlichkeit: «Die Kleidung wurde nun nicht mehr auf einen konkreten Körper geschneidert, sondern die Körper mussten den Konfektionsgrössen der Kleidung folgen», erklärt Ulrike Langbein, Kulturwissenschaftlerin an der Universität Basel. Aktuell forscht sie in Leipzig dazu, wie Kleidung gesellschaftliche Rollen, Schönheitsvorstellungen und Identitäten prägt.

Konfektionsgrössen wurden zu einem Weg für Konsument:innen, schneller und günstiger zu ihrer Garderobe zu gelangen. «Zunächst existierte noch kein ästhetisches und schon gar kein stigmatisierendes Motiv», so Langbein. «Sondern Hersteller:innen orientierten sich an den gängigen Körperformen. Und anhand derer wurde dann die Kleidung angefertigt.»

Ursprünglich hatte jede:r Hersteller:in eigene Grössen. Ab den 1930er-Jahren bemühte sich die Bekleidungsindustrie im deutschsprachigen Raum dann darum, einheitliche Bezeichnungen einzuführen, damit Kund:innen ihre passende Grösse einfacher finden konnten. Mit der Zeit setzte sich die Ziffernreihe 38 bis 52 durch, die ursprünglich dem in Zoll gemessenen Hüftumfang entsprach – heute dem Brustumfang. 38 Zoll, also 96 Zentimeter Umfang ergibt demnach die Konfektionsgrösse 38. In den Sechzigerjahren begann in Deutschland die Vermessung der Bevölkerung und so entstanden erste Tabellen zur Beschreibung der Konfektionsgrössen. Oder anders gesagt: Dazu, welche Körpermasse in welche Kleidergrössen übersetzt werden.

Verlässliche Körperdaten sind wichtig für Produktentwicklung und Passform. Hohenstein, ein international tätiger Prüf- und Forschungsdienstleister mit Stammsitz in Deutschland, ist Experte auf diesem Gebiet. Das Unternehmen vermisst seit knapp siebzig Jahren Menschen – ursprünglich noch mit dem Massband, seit der Jahrtausendwende mit dem Scanner. Die letzte grosse repräsentative Vermessung fand 2009 statt, für die 13 000 Männer, Frauen und Kinder zwischen 6 und 87 Jahren an 31 Standorten in Deutschland erfasst wurden. Es wurden nicht nur 150 Körpermasse wie Armlängen und Brustumfänge und Schulterbreiten gemessen und ausgewertet, sondern auch in Relation zu den Resultaten vorheriger Vermessungen gesetzt. Bekleidungsingenieurin Simone Morlock, gelernte Damenschneiderin und heute Division Head Apparel Fit Solutions,

Massenkonfektion bedeutet: Die Grösse folgt nicht mehr dem Körper, sondern der Körper der Grösse

begleitet und analysiert bei Hohenstein die Reihenmessungen. Sie unterstützt mit ihrem Team Marken und Händler:innen bei der Optimierung von Passformen, Grössen- und Produktentwicklung.

«Die auffälligste Veränderung seit Beginn der Reihenmessungen: Der Anteil der grossen Grössen nimmt zu», so Simone Morlock. Grösse 36 sei schon lange nicht mehr die Basis, sondern eher 40 bis 42. Doch die Vielfalt der Körperformen ist enorm. Laut Analysen von Hohenstein decken Standardkonfektionsgrössen nur etwa dreissig Prozent der Bevölkerung ab. Sprich: Siebzig Prozent der Körper passen nicht optimal in Standardgrössen. In den Tabellen von Hohenstein werden entsprechend nicht nur die Normalgrössen dargestellt, sondern ebenso unterschiedliche Figurentypen: zusätzlich schmal- und starkhüftig, sowie die Längen kurz und lang. Im Handel müssten also neun verschiedene Varianten einer einzelnen Konfektionsgrösse angeboten werden, um die meisten Körperformen abdecken zu können.

Hinzu kommt das Dilemma der Internationalisierung. «Reihenmessungen kann man immer nur in einem Land durchführen, und man muss auch innerhalb eines Landes an verschiedenen Standorten verschiedene Bevölkerungsgruppen erfassen, weil sich Körperformen regional unterscheiden», erklärt Simone Morlock. «Unmöglich ist hingegen, die Grössen weltweit zu standardisieren. Eine XL in den USA ist eine andere als jene in Asien.» Zudem gebe es viele Länder, in denen noch gar keine Reihenmessungen stattgefunden haben, oder solche, die erst jüngst damit angefangen haben.

Internationale Modeketten wie H&M, Zara oder Asos verwenden entsprechend andere Grösstentabellen als deutsche Unternehmen; Passformen unterscheiden sich nach Herkunftsland der Brands sowie nach deren Zielgruppen, deren Alter, Körperfülle und Kleidungsstil.

Das Resultat: Frustration bei den Konsument:innen, die von fünf verschiedenen Marken fünfmal die

vermeintlich gleiche Kleidergrösse bestellen und fünf unterschiedlich geschnittene und unterschiedlich grosse Kleidungsstücke vor sich haben. Vergleiche man Kleidungsstücke von Unternehmen aus unterschiedlichen Ländern, sei das wie der berühmte Vergleich zwischen Apfel und Birne, so Morlock.

Zu diesem Chaos kommt noch, dass Kleidergrössen an Stigmata geknüpft sind – und diese fördern. Denn in dem Moment, in dem man etwas messen kann, kann man es bewerten: «Kleidergrössen sind längst kein neutrales Medium zur Klassifikation von Weiten und Längen mehr, sondern dienen der Bewertung des Körpers der Trägerin und somit auch der Trägerin selbst», so Modesoziologin Monika Kritzmöller.

Das zeigt sich im Ideal der Zierlichkeit, denn Modedesigner:innen denken Frauenkleidung grundsätzlich in XS, im gar nicht mal so heimlichen Ideal des jungen, schlanken Körpers – das gerade in Zeiten von Ozempic und Skinnytok, dem Magerwahn auf Social Media, wieder präsenter ist denn je.

Doch Körperideale seien selbstredend viel älter als die Kleidergrössen, erklärt Monika Kritzmöller. Und sie haben sich im Laufe der Geschichte verändert: Während der Barockzeit galten stramme Schenkel mit sichtbarer Cellulite als schön. Damals herrschte Nahrungsmittelknappheit – Körperfülle war ein Zeichen des Wohlstands, der Gesundheit, der Gebärfähigkeit.

Nach dem Zweiten Weltkrieg kehrte dieses Ideal kurzzeitig zurück: «Damit konnte man zeigen: Wir können uns Nahrungsmittel wieder leisten», so Kritzmöller. Doch in den Sechzigerjahren sei man weggekommen vom klassischen Frauenbild, das mit Gebärfähigkeit assoziiert wird; mit der Erfindung der Antibabypille wurde Mutterschaft plötzlich zur Wahl. «Interessanterweise wurden zu jener Zeit sehr schmale Frauenkörper populär – nicht wegen der Kleidergrössen, sondern wegen dieses Ideals der Emanzipation, der schlanken, kinderlosen Frau.»

Für Kulturwissenschaftlerin Ulrike Langbein sind Kleidergrössen auch politisch konnotiert: «In der früheren DDR hat sich die Partielite in die Kleiderherstellung eingemischt und verlangt, dass die Konfektionsgrössen die berufstätige Frau und Mutter widerspiegeln sollten: fleissig, uneitel und stark. Dieser Arbeitskörper erfüllte eine andere Norm als der reine Repräsentationskörper für die Mode, der zeigte: Ich muss nicht arbeiten, ich kann mich gut ernähren und schön machen, habe Zeit für Sport.»

Das gilt heute in Extremform. «Wir haben in den Industrienationen keine Knappheit, sondern Überfluss. Und so widerspiegelt unser Schlankheitsideal im Grunde genommen eine gesellschaftliche Herausforderung: Sich disziplinieren zu können, wenig zu essen», erklärt Monika Kritzmöller. Dadurch entstehe dieses Streben nach kleinen Grössen, die dann abbilden würden, dass wir «alles richtig gemacht haben». Und als Kontrapunkt dazu die Stigmatisierung von grossen Grössen.

«Mode ist keine zweite Haut, denn sie geht immer auch unter die Haut», so Ulrike Langbein. «Der biologische Körper ist ein Grundstoff, aus dem der kulturelle Körper geformt wird.» Die heutigen Möglichkeiten, Körper zu modellieren und zu optimieren – wie plastische Chirurgie oder Abnehmspritzen – seien eine Weiterentwicklung dessen, was früher geschnürte Füsse, Korsetts oder Schulterpolster bei Herrenanzügen leisteten. Allerdings in verstetigter Form.

Medizinisch erreichte Schlankheit ermögliche einem die Partizipation an der stark normierten Mode, von der man sich vorher vielleicht ausgeschlossen fühlte. Auf den ersten Blick wirke dies demokratisch. Doch für Langbein ist klar: «Auf den zweiten Blick muss man sich fragen: Wer hat denn Zugang zu regelmässigen Spritzen? Wer kann sich die guten Präparate leisten, wer weicht auf billige Alternativen aus? Wie lange halten Körper diese Medikamente aus? Dieses vermeintliche Demokratisieren produziert für mich ein anderes Ausschluss-

verfahren. Auch weil es folgende Frage evoziert: Wenn es doch diese Spritzen gibt, wieso siehst du dann immer noch so aus?»

Sie rechnet damit, dass man die aktuelle Veränderung von Körnernormen und Körpergrössen im Rückblick erkennen wird: «In fünfzig Jahren wird man diesen Knick sehen, diese nochmal verstärkte Rückkehr zu Schlankheit. Man wird eine weitere kulturhistorische Zäsur erkennen, die mit pharmakologischen Interessen verbunden ist.»

Um den Bogen zurück zu Konfektionsgrössen zu schlagen: Gerade findet eine weitere Standardisierung statt – die durch Social Media und Bildbearbeitungsprogramme. «Perfekt modellierte, überzeichnete Selfies verschmelzen die Wahrnehmung von du und ich komplett», erläutert Kulturwissenschaftlerin Ulrike Langbein. «Wir leben heute sehr stark im sozialen Vergleich, haben diesen Druck der Machbarkeit», sagt auch Monika Kritzmöller. «Wir schauen konstant, was wir noch erfüllen müssten, wo wir noch punkten könnten, welche Identitätsoptionen sich uns noch bieten.»

Für sie ist klar: Kritisch zu betrachten ist vor allem die Entindividualisierung, die mit normierten Kleidergrössen einhergeht. Dass sich die Mode bewegt hat vom individuellen Körper, dem Einzigen, was wir wirklich mit Gewissheit besitzen – und dieser industriellen Standards unterworfen wird.

Ausgerechnet Fast Fashion hält da ein Stück weit dagegen: Ein Grossteil der Kleidungsstücke enthält Elastan, passt sich also an die Körper an. «Das trägt auch dazu bei, dass Designer:innen und Hersteller:innen sich weniger Mühe mit den Schnitten machen, dass sie weniger individuell arbeiten müssen», erläutert Kritzmöller.

Wer sich Massarbeit nicht leisten kann oder will, erreicht Individualität also vor allem durch Styling und Kombination. Und sollte vielleicht wieder vermehrt offline shoppen – wo man die Kleidung nicht nach Grössenangaben sucht, sondern nach der Frage: Was passt (zu) mir? —

"Kleine Grössen widerspiegeln: Ich kann mich disziplinieren", so Modesoziologin Monika Kritzmöller