

36 MARKEN · DREI GRÖSSENWELTEN · EINE ERKENNTNIS

Das Leben ist vielfältig. Die Angebote sind es noch nicht.

Der menschliche Körper ist sehr vielfältig in seinem Erscheinungsbild. Sortiment, Vertrieb und Preisstruktur berücksichtigen das nur teilweise. Entlang der Konfektionsgrößen zeigt sich, wo Märkte, Maße und Bilder noch aufholen müssen.

DER GRÖSSENLAUF – VON 36 BIS 68



Hauptbereich der Nachfrage

⚠ **Ab 48: Die Auswahl bricht ein**
weniger Modelle, weniger Verfügbarkeit



41 %

der klassischen Marken (9 von 22) führen große Größen



42–44

reale Ø-Konfektionsgröße (Mythos: 38)



ab 48

Die Auswahl bricht ein



67 %

der Plus-Anbieter nur/überwiegend online

Die Durchschnittsfrau trägt eher 42–44 als 38

Der Ø-BMI ist über die Jahrzehnte leicht gestiegen, dadurch ist der Bedarf an größeren Größen gewachsen.

KÖRPERDATEN

- 👤 Ø BH-Größe 80 C · ≈ 1,65 m / ≈ 68 kg
- ↑ Ø BMI 26,4 → 26,5 über die Jahrzehnte
- ↑ Höherer BMI-Bereich ≥ 30: 19,8 % → 23,9 % über die Jahrzehnte
- 👤 Keine feste Umrechnung BMI → Größe; variiert je Marke.

MYTHOS VS. REALITÄT — HEUTE

ANGENOMMEN

38

„Normgröße“ ≈ M

TATSÄCHLICH

→ **42–44**

reale Ø-Größe

• GRÖSSENRAUM & ANGEBOT

„Größe anbieten“ heißt überall etwas anderes

REICHWEITE JE MARKENWELT · SKALA 32–68

Klassische Mode · 22 Marken · Ø ~9 Größenstufen

bis ~48

Marktplätze · 6 Marken · Ø ~14 Größenstufen

bis ~58

Plus-Spezialisten · 7 Marken · Ø ~10 Größenstufen

bis ~60

32

44

56

68

SugarShape (BH-System) ausgenommen · n = 35

GROSSE GRÖSSEN NACH PREISSEGMENT

33 %

Günstig

60 %

Mitte

17 %

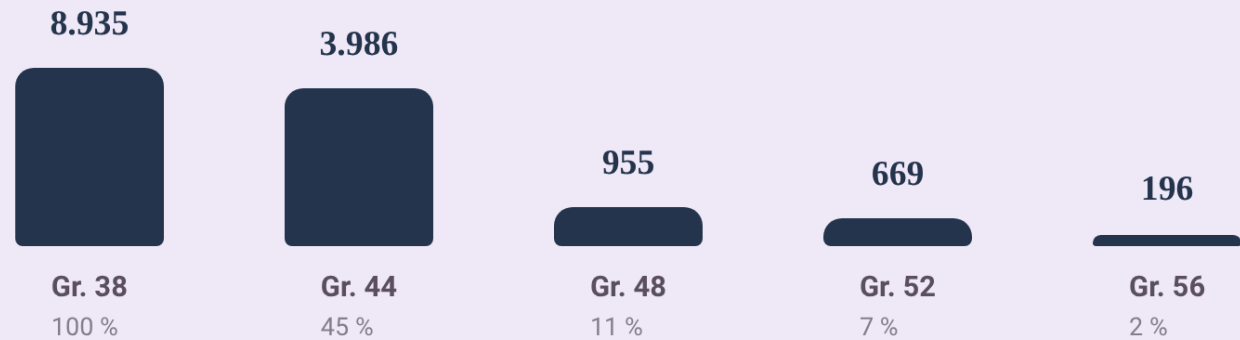
Premium

Spezialisten und Marktplätze: 100 % · Basis: 36 Marken · „große Größen“ = Plus-Size verfügbar.

36 Marken, drei Größenwelten.
Klassische Mode reicht im Schnitt
bis ~48, Marktplätze bis ~58,
Spezialisten bis ~60.

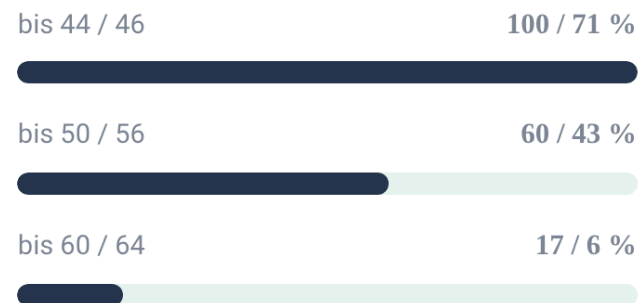
Je größer die Größe,
desto weniger Kleider

ANGEBOTENE KLEIDER JE GRÖSSENFILTER



Quelle: Zalando, Damen-Kleider · indikativer Snapshot

ABDECKUNG NACH GRÖSSE · 35 MARKEN



MARKTPLATZ-VERGLEICH · GR. 44

ABOUT YOU

13.226

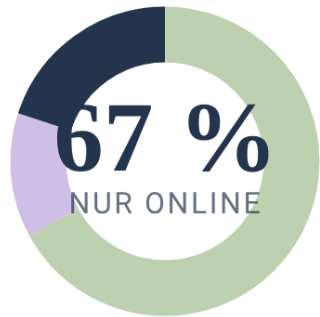
indikativ

ZALANDO

3.986

Beispiel Damen-Kleider. Über Gr.
44 hinaus fällt die Auswahl in
wenigen Stufen um mehr als 95 %.

ERHÄLTLICHKEIT



Nur / überwiegend online	67 %
Teilweise stationär	13 %
Volle Fläche	20 %

LEITBEFUNDE

- H&M+** seit Sept. 2020 nur noch online.
- C&A** XL-Bereich ab 2023 aus den Filialen.
- Größe 48** = umsatzstärkste Plus-Size im Fachhandel (2020).
- Stationär bis **42–44**, online bis **54–68**. Volle Fläche v. a. Ulla Popken, Marina Rinaldi, Elena Mirò.

04

• DIE KANAL-LÜCKE

Große Größen verschwinden aus der Fläche

Selbst wenn eine Größe „angeboten“ wird, bleibt oberhalb 44 oft nur der Online-Kauf. Verteilung der 15 Plus-Anbieter im Markenpool (ohne reine Marktplätze).

Nicht der Artikel wird teurer – das Segment

PREISNIVEAU NACH LINIENTYP

Ultra-/Fast-Fashion

endet oft bei 42–44

€€€

Plus-Spezialisten

Kernsortiment bis 58–68

€€€

Mainstream-Curve

bis 54, oft nur online

€€€

Premium-Plus

42–60

€€€

Preisniveau qualitativ eingeordnet (niedrig/mittel/hoch), keine erhobenen Durchschnittspreise.

GLEICHER ARTIKEL, GLEICHER PREIS

Gr. 46 = Gr. 36

Kein direkter Größenaufschlag. Teurer wird es **strukturell**: das günstige Segment endet oft bei 42–44, große Größen sitzen in teureren Linien.

● DIE INFRASTRUKTUR-LÜCKE

Auch die genormte Welt sollte mitwachsen

Standards bilden körperliche Vielfalt noch nicht gut genug ab, vom Flugzeugsitz bis zur Referenznorm DIN 33402.

PROBLEM-ORTE, MASSE & ANPASSUNG

✈️	Flugzeug Economy	43–48 cm	↓ WIRD ENGER
🚆	Bahn ICE 2. Kl.	~46–50 cm	↓ WIRD ENGER
🎬	Kino / Theater	≥ 0,50 m	– UNVERÄNDERT
🏟️	Stadion	Raster 50 cm	– UNVERÄNDERT
⛶	CT / MRT	bis ~160 kg	🕒 NUR TEILS
📄	DIN 33402-2	Neufassung 2020 ohne Neuvermessung	DATEN 1999–2002

ECONOMY-SITZBREITE · ~42–49 CM

American Airl.	~41
Ryanair · TUI	~43
Lufthansa	43–46
easyJet	45–46
Japan Airl.	~48

Kein verbindlicher Standard – ab ~50 cm Hüftbreite wird es eng.

Die Sprache verschiebt sich mit

Von technischen über beschönigende bis zu empowernden Begriffen.

BEGRIFFE IM WANDEL

INTERNATIONAL

stout wear



plus size



chubby · outsize



Fat Acceptance



Body Positivity



Body Neutrality

DEUTSCH

Übergröße



mollig · füllig



große Größen



Plus Size

Curvy

● positiv / empowernd ● neutral / technisch ● abwertend / aufgeladen

Euphemismus-Tretmühle: stout → full-figured → plus size → curvy. Praxis: **Plus Size** gängig, **Curvy** positiv, **Übergröße** meiden.

Vielfalt ist da, sichtbar gemacht wird sie noch zu selten

Vom Bedarf an Kleidergrößen über Alltagssituationen bis hin zur Sprache zeigt sich dasselbe Bild. Der Fokus sollte darauf liegen, dass sich jeder in seinem Körper und seinem Alltag wohlfühlt.

- 1 **Der Bedarf wächst**
reale Ø-Größe 42–44
- 2 **Das Angebot hinkt hinterher**
bricht ab 44–46 ab
- 3 **Große Größen heißen „online“**
oberhalb 44 verschwindet die Fläche
- 4 **Größenneutral bepreist**
teurer nur über den Linien-Mix
- 5 **Standards & Sprache**
ziehen erst langsam nach

Anpassung statt bloße Akzeptanz.

Der Hebel: **Tiefe 44–52** und **stationäre Sichtbarkeit**.

✓ So sieht es aus, wenn alles zusammenpasst

Größenlauf 42–68

stationär + online

„Alle Größen ein Preis“