

Presseinformation

Was nicht passt, wird passend gemacht!

Warum Passform-Prüfungen mit „echten“ Menschen eine Investition in die Kundenzufriedenheit sind

10.05.2013 | 478-DE

BÖNNIGHEIM (ri) Trotz neuer Körpermaßstabellen auf Basis der deutschen Reihenmessung SizeGERMANY und der daraus abgeleiteten 3D-Büsten fällt es dem Gros der Konfektionäre nach wie vor schwer, eine durchgängig gute Passform ihrer Produkte sicherzustellen. Anpassungen der Fertigmaßtabellen aufgrund modischer Veränderungen und Zielgruppen-Anforderungen sind im Bereich der Qualitätssicherung eine ständige Herausforderung.

Kein Wunder also, dass z. B. Versandhändler und Discounter über Retourenquoten aufgrund mangelnder Passform von 20% und mehr klagen und Abhilfe von ihren Zulieferern einfordern.

Für Stephanie Müller, Expertin für Passformprüfungen an den Hohenstein Instituten in Bönnigheim, liegen die Ursachen für die teuren Reklamationen auf der Hand: „In der Praxis zählt der optische Eindruck und das Empfinden am Körper, ob ein Kleidungsstück von seinem Träger als ‚passend‘ empfunden wird.“ Diese Aspekte werden maßgeblich von der Schnitfführung und den verwendeten Materialien beeinflusst. Zudem verändern sich die Körperproportionen im Laufe des Lebens erheblich: Die Kleidung einer 60-jährigen Frau muss deshalb zwangsläufig anders gestaltet sein, als die einer 18-Jährigen – und das trotz gleicher primärer Körpermaße, sprich Konfektionsgröße! Die altersbedingten Veränderungen sollten bei Bekleidung entsprechend berücksichtigt werden.

Besonders anspruchsvoll ist die Konstruktion von Mode für starke Figuren – auch hier gilt es die Veränderung von Proportionen zu berücksichtigen, um über alle Konfektionsgrößen hinweg eine optimale Passform zu bieten. Die Erstellung von Schnitten und die daraus resultierenden Fertigmaße erlauben keine Aussage über die Passform. Auch der Vergleich der Maße von Kleidungsstücken mit den Vorgaben aus Fertigmaßtabellen ermöglichen kein Urteil darüber, wie gut die Passform bei der angestrebten Zielgruppe ist.

Das Motto auf dem Weg zu geringeren Retourenquoten und höherer Kundenzufriedenheit lautet für Stephanie Müller deshalb: „Menschen statt Büsten“. Mit ihrem Team greift sie für die Passformprüfungen auf eine Datenbank mit rund 250 Personen aller Altersklassen und Figurtypen zurück.

Herausgeber:
Hohenstein Laboratories
GmbH & Co KG

Hohenstein Textile Testing Institute
GmbH & Co KG

Hohenstein Institut für Textilinnovation gGmbH

Hohenstein Academy e.V.

Unternehmenskommunikation & Forschungsmarketing
Schloss Hohenstein
74357 Bönnigheim
GERMANY
Fon +49 (0)7143 271-723
Fax +49 (0)7143 271-721

E-Mail: presse@hohenstein.de
Internet: www.hohenstein.de

Ihr Ansprechpartner für diesen Text:

Rose-Marie Riedl
Fon +49 7143 271-723
Fax +49 7143 271-721

E-Mail: r.riedl@hohenstein.de
Internet: www.hohenstein.de

Sie können den Pressedienst honorarfrei auswerten.
Bitte senden Sie uns ein Belegexemplar.

Die Passformprüfungen der Kleidungsstücke werden dann mit den aus dem Pool `passenden` Probanden durchgeführt. Deren Körpermaße stimmen mit den Alters-Vorgaben zur Zielgruppe sowie den Vorgaben zur überprüfenden Konfektionsgröße bzw. beschriebenen Silhouette überein. Mode für 60-Jährige oder Große Größen wird so auch tatsächlich von Testpersonen im entsprechenden Alter oder definierter Konstitution getragen. Deren `Sitz` wird an den Hohenstein Instituten von erfahrenen Bekleidungstechnikerinnen beurteilt. Ergänzt durch wertvolle Hinweise der Probanden, wo es `zwick und zwackt`, ergeben sich daraus wichtige Hinweise zur Optimierung der einzelnen Kleidungsstücke aber vor allem der zugrundeliegenden Konstruktion.

Die Fertigmaßtabellen der Hersteller werden auf Basis von SizeGERMANY-Körpermaßstabellen und den internen Standards, die Hohenstein in den letzten Jahren entwickelt hat, überarbeitet und ergänzt. Die Berichte inklusive der Fertigmaßtabellen beinhalten zudem Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen bzgl. Toleranzen. Der Hersteller kann dann je nach Passformbeurteilung die Produktion starten.

Zu den Passformprüfungen `Made by Hohenstein` sagt Stephanie Müller: „Unsere Passformprüfungen sind stets als Projekt angelegt, das den Hersteller in die Lage versetzt, anhand der gewonnenen Daten die Passform des gesamten Sortiments nachhaltig auf die Zielgruppe abzustimmen und die Optimierung auch bei der Produktentwicklung konsequent in Eigenregie weiterzuführen.“

Das Ergebnis sind treue und zufriedene Kunden, die sich quasi `blind` von Kopf bis Fuß mit einer Marke einkleiden können.“

Mit Hilfe dieser Serviceleistungen ist es Stephanie Müller und ihrem Team bereits bei einer Reihe von Auftraggebern gelungen, die Reklamationsquote dramatisch zu verbessern: „Zum Teil konnten wir die Zahl von Reklamationen aufgrund von Problemen bei der Passform halbieren. Die Kosten der Prüfungen haben sich innerhalb kürzester Zeit amortisiert – von einem solchen Return on Investment (ROI) waren dann auch die Controller im Unternehmen mehr als begeistert.“

Die Serviceleistungen im Überblick

- Passformprüfung im Neuzustand
- Passformprüfung nach einer Pflegebehandlung
- Passformprüfung nach drei Pflegebehandlungen (z.B. Unterwäsche)
- Prüfung der Verarbeitung auf Mängel
- Überprüfung der Exemplare auf Basis der mitgelieferten Fertigmaßtabelle
- Überprüfung auf Konformität mit DIN EN 14 682 (02.08)
- Optimierung der Fertigmaßtabelle auf Basis der Hersteller-Maßtabelle
- Erstellung einer Fertigmaßtabelle ohne Hersteller-Maßtabelle



Menschen statt Büsten – Welche Zielgruppe bedienen Sie? © Hohenstein Institute



Passformprüfungen an `echten` Menschen helfen die Reklamationsquote nachhaltig zu senken, die Kundenzufriedenheit aber gleichzeitig deutlich zu verbessern. © Hohenstein Institute



© Hohenstein Institute

Mit Hilfe von Passformprüfungen lässt sich die Zahl von Reklamationen aufgrund von Problemen bei der Passform fallweise halbieren. Die Kosten der Prüfungen haben sich somit innerhalb kürzester Zeit amortisiert. © Hohenstein Institute



Mit Hilfe der Daten aus den Passformprüfungen können Konfektionäre die Passform des gesamten Sortiments nachhaltig auf die Zielgruppe abstimmen und die Optimierung bei der Produktentwicklung konsequent in Eigenregie weiterführen. Das Ergebnis sind treue und zufriedene Kunden, die sich quasi `blind´ von Kopf bis Fuß mit einer Marke einkleiden können. © Fotolia