

Cooler Bräute

Katharina Pfannkuch

Mit Brautkleidern im Märchenlook ist es vorbei. Das neue Motto lautet: **Weniger Prinzessin, mehr Persönlichkeit.** Und vor allem mehr modische Raffinesse

Rund eine Million Zuschauer durften an dieser bedeutsamen modischen Erkenntnis teilhaben. Nach drei Stunden und vielen Anproben entschied sich Thu Anh Nguen, 24, gegen ein klassisches Braut-Outfit mit Reifrock, meterlanger Schleppe und mehreren Lagen Tüll. Wie ein "Sahnebonbon" sehe sie darin aus, so ihr vernichtendes Urteil. Stattdessen entschied sich die Lehramtsstudentin aus Jena für ein **schlichtes, weisses** Kleid. Lediglich die Maxilänge und das Spitzendekolleté waren Hinweise, dass es für den Gang vor den Altar gedacht ist.

Nguen war eine der Protagonistinnen in der Fernsehdoku "Tüll und Tränen" bei Vox. Die zweite Staffel ist in Arbeit. Nicht nur das Format trifft einen Nerv, auch die Entscheidung für ein schlichtes Kleid liegt im Trend. Immer weniger Frauen wollen sich den "schönsten Tag ihres Lebens" verderben, indem sie sich in hohe Schuhe quetschen und Kleider tragen, in denen sie sich selbst fremd fühlen. Bei der Wahl des Brautkleids lassen sich zwei klare Tendenzen erkennen: Es muss nicht mehr unbedingt so viel kosten wie ein Gebrauchtwagen. Und es sollte **schlichter, echter, lebensnäher** sein. Das Motto: Weniger Prinzessin, mehr Persönlichkeit.

Das passt in die Zeit. Auf dem roten Teppich sieht man heute immer öfter flache Schuhe und im Büro einen Mix aus Alltagskleidung und Fitnessmode namens "Athleisure". "Downstyling" könnte man eben jene Bewegung nennen, die erst die Fashionwelt und nun auch die Hochzeitsmode erfasst hat. Schliesslich designen neuerdings preisgünstige Ketten ebenso beim neuen Hochzeitstrend mit wie gefeierte Junglabels. So verkauft seit Frühjahr der Onlinehändler Asos erstmals Brautmode, darunter **Overalls** (um 200 Euro) ebenso wie bauchfreie Oberteile (um 110 Euro). H&M präsentierte just in seiner nachhaltigen Conscious Collection auch ein paar Brautkleider (bis 500 Euro), die nach wenigen Tagen bereits vergriffen waren. Seit Anfang des Jahres werden heiratswillige Fashionistas sogar vom Londoner Label "Self Portrait" beglückt. Das gilt dieser Tage wegen seiner bezahlbaren Mode als It-Marke, zu haben sind die schlicht-raffinierten Entwürfe ab 800 Euro. Minimalistisch, öko, cool. Hauptsache nicht Klischee.

"Verschwenderische Opulenz widerspricht zunehmend dem Zeitgeist", erklären Carina von Bülow und Amélie Cremer, die seit Jahren als Stylistinnen zukünftige Bräute auf den Tag der Tage vorbereiten und 2015 einen Stilratgeber zum Heiraten ("Hochzeits Buch", teNeues) veröffentlichten. Cremer und von Bülow beobachten eine klare Tendenz hin zu mehr Natürlichkeit, wenn es ans Heiraten geht. Immer weniger Frauen wollen am grossen Tag in schweisstreibenden Glitzerkorsagen aus Polyester tanzen und sich abends vom frisch Angetrauten aus dem Reifrock schälen lassen. "Das Bewusstsein für **Nachhaltigkeit und Qualität** wird auch in der Hochzeitsmode wichtiger."

Dazu gehört, dass manche Frauen einfach in ihrem **Lieblingskleid** heiraten. Diese nachhaltigste aller Varianten ist allerdings keine wirklich neue Erfindung. Bis zum Anfang des 20. Jahrhunderts war es für die Durchschnittsfrau üblich, in ihrem Sonntagsoutfit zu heiraten, egal ob schwarz oder weiss. Erst danach wurde es Usus, in Weiss vor den Altar zu treten und ein Vermögen auszugeben für ein Kleid, das nur einmal im Leben getragen wird. Das Brautkleid wurde zum Statussymbol – und zum Riesengeschäft. Statistiken zufolge geben deutsche Frauen im Schnitt zwischen 800 Euro und 1000 Euro dafür aus. So manche von ihnen kommt inzwischen auf die Idee, das Budget nicht in eine angejahrte Fantasie aus Tüll zu investieren, sondern in echte Mode. Bei Kaviar Gauche zum Beispiel. Schon seit 2004 prägen Johanna Kühl und Alexandra Fischer-Roehler mit ihrem Berliner Label einen mädchenhaften, elegant-coolen Hochzeitslook. Seither dürfen sie erleben, dass diese Kleider (und ihr Label) jedes Jahr ein bisschen begehrt werden. Erst kürzlich habe sie von einer Braut gehört, die in Kaviar Gauche geheiratet habe, erzählt Johanna Kühl: "Als ich fragte, welches Kleid es denn gewesen sei, lautete die Antwort: Oh, sie trug von euch nur einen Gürtel."

Metallene Gürtel, die zwischen zarter Blumenstickerei und fließendem [Rock](#) in A-Linie aufblitzen, sind eines der Markenzeichen von Kaviar Gauche. Kleine Stilbrüche wie diese sind das Erfolgsgeheimnis des Designerinnen-Duos. "Keine Frau ist nur süß und zerbrechlich, deshalb integrieren wir auch immer Kontraste", erklärt Kühl. Das können eine weisse Biker-Jacke oder ein elfenbeinfarbener Pullover aus Alpakawolle zum weich fallenden Brautkleid sein. Die Luxusvariante des relaxten Hochzeitslooks hat ihren Preis: Ein kurzes Kleid fürs Standesamt liegt bei knapp 1000 Euro, ein mit Federn und Blumen besticktes Seidenkleid bei 3800 Euro.

Ihre Entwürfe verkaufen Kühl und Fischer-Roehlerin den Gauche-Concept-Stores in [Berlin](#) und [München](#) sowie seit März auch auf der Düsseldorfer Königsallee. In dem hellen Raum dient ein überdimensionaler, mit silberner Farbe überzogener Baum als Ständer für die Probekleider, alles andere kommt schlicht, aber festlich daher. Das entspricht ganz dem "Less is more"-Stil ihrer Kleider. "Unsere Kundinnen möchten an ihrem Hochzeitstag **feminin und zeitgemäss** aussehen und sich auf keinen Fall verkleidet fühlen." Und vor allem: "Sie wollen sie selbst, aber gleichzeitig auch besonders sein." Da ist sie wieder, die Persönlichkeit. Sich für die eigene Hochzeit in eine kitschige Märchenbraut zu verwandeln, diese Idee hat mehr und mehr ausgedient.

Auf glamouröse Weise man selbst zu sein ist viel Arbeit. Und bedeutet bei Kaviar Gauche: Massanfertigung. Nicht nur deshalb sollten zukünftige Bräute sechs Monate Vorlauf einplanen, rät Kühl. Von den Schuhen bis hin zum Make-up gibt es schliesslich viel zu bedenken: "Wir nennen unsere Verkäuferinnen mittlerweile bridal managers, weil sie sich so intensiv und lange um die Kundinnen kümmern und sie auch in Fragen über das Kleid hinaus beraten."

So sehr die neue Bescheidenheit in der Optik regiert, so wichtig ist vielen zukünftigen Bräuten weiterhin das Ritual der Suche und des Kaufes. Das Internet bietet auch da ganz neue Möglichkeiten, erklären die Stylistinnen Carina von Bülow und Amélie Cremer. Vor allem liefert es eine Alternative zu der Anprobe in Anwesenheit einer Entourage, die sich mit Piccolos befeuert. "An einem überfüllten Samstag mit Freundinnen im Schlepptau

durch Hochzeitsshops zu ziehen, kann Stress bedeuten." Das Netz hingegen biete nicht nur Inspiration, sondern auch Ruhe und Flexibilität: "Auf Google oder Pinterest kann man spontan nachts um drei auf Ideen für das perfekte Kleid stossen." Und auf Stylingtipps.

Auch dabei gilt: **Weniger ist modern**. Wer im Hippiekleid heiratet, will dazu natürlich kein Bronzepuder im Gesicht und eingedrehte Löckchen. "Vor allem die Männer erfreut, dass mit dem schlichteren Kleid auch natürliches Make-up im Kommen ist", sagt von Bülow. Es soll doch einige geben, die vom Anblick ihrer im Alltag kaum geschminkten Braut am Hochzeitstag verstört wurden. Der neue Trend hat somit Vorteile für alle Beteiligten. Apropos: Bei Asos lädt gleich ein ganzer Extrashop nur für Brautjungfern zum virtuellen Bummel ein, bei Phase Eight gibt es darüber hinaus noch eine eigene Abteilung für die Mutter der Braut.

Dass sich Unternehmen wie H&M auf dem gigantischen Markt der Brautmode positionieren, war eigentlich nur eine Frage der Zeit. Moderne Technologien und [soziale Netzwerke](#) unterwerfen derzeit die gesamte Modebranche einem fundamentalen Wandel – und nun eben auch die traditionellste aller Branchen, inklusive ihrer Statussymbole und Preismodelle.

Eben das kommt Heiratswilligen entgegen. Schliesslich übernehmen immer weniger Brauteltern und dafür immer mehr Paare selbst die Kosten für die Hochzeit. Da erwacht bei manchem Bräutigam ein besonderes Interesse am Kleid seiner Zukünftigen. Bei Kaviar Gauche erscheinen auch deshalb immer wieder Männer zur Kleiderwahl. Das ist zwar eine unkonventionelle, aber gar nicht so schlechte Idee, meint von Bülow. Denn nicht wenige zukünftige Bräute verlieren bei der Suche nach dem perfekten Kleid den Zukünftigen aus den Augen. "Eine Hochzeit darf sich nicht nur um die Braut drehen, auch wenn sich die Mode-Industrie vor allem auf deren Auftritt konzentriert."

Frauen, denen bei all der Vorbereitung doch das wichtigste Accessoire, nämlich der zukünftige Gatte, abhandenkommt, können es einfach wie Desiree Longabaugh machen. Die 42-jährige Amerikanerin, die ihren bürgerlichen Namen ablegte und sich heute Beautiful Existence nennt, reiste nach [Paris](#) und feierte eine romantische Hochzeit in ganz kleinem Rahmen: Sie heiratete sich selbst. Ihr Outfit entsprach ganz dem aktuellen Trend: Longabaugh trug weisse Perlen zum schlichten T-Shirt und Converse-Turnschuhe.