GENDER
OPEN
REPOSITORIUM

Geschlechter- und Beziehungsnormen im Kontext professioneller Hochzeitsplanung am Beispiel Österreichs

Schäffler, Hilde

2014

https://doi.org/10.25595/2649

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schäffler, Hilde: *Geschlechter- und Beziehungsnormen im Kontext professioneller Hochzeitsplanung am Beispiel Österreichs*, in: Gender : Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft, Jg. 6 (2014) Nr: 2, 24–38. DOI: https://doi.org/10.25595/2649.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here: https://doi.org/10.3224/gender.v6i2.18123

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Hilde Schäffler

Geschlechter- und Beziehungsnormen im Kontext professioneller Hochzeitsplanung am Beispiel Österreichs

Zusammenfassung

In den USA, Japan und einigen anderen Industrienationen ist professionelle Hochzeitsplanung seit Jahrzehnten eine etablierte Dienstleistung und „big business". Auch im deutschsprachigen Raum werden Hochzeiten zunehmend kommerzialisiert und in einen Waren- und Dienstleistungsmarkt im Rahmen von TV-Shows, Magazinen, „Events" wie Hochzeitsbällen, Verkaufsabenden für Hochzeitskleider und -accessoires oder Hochzeitsmessen integriert. Aufbauend auf einer ethnographischen Forschung zur „Hochzeits-Industrie" und professioneller Hochzeitsplanung in Österreich untersucht dieser Artikel den Einfluss professioneller Hochzeitsplanung auf die Verfestigung bzw. Neugestaltung von Beziehungsmodellen und Gender-Normen sowie die geschlechtsspezifische Aufteilung von „Familienarbeit".

Schlüsselwörter
Hochzeit, Hochzeitsplanung, Arbeitsteilung, Ethnographie, Kommerzialisierung, Familienarbeit

Summary

Professional wedding planning in Austria: gender norms, roles and the division of wedding work

Professional wedding planning has been commonplace and big business in the United States, Japan and other countries for centuries. In German-speaking countries professional wedding planning is a relatively new service, thriving on the ongoing commercialization of weddings through TV shows, magazines, events like balls for bridal couples, brides' nights for the promotion of wedding dresses and accessories, and wedding fairs. Based on ethnographic fieldwork on the wedding industry and professional wedding planning in Austria, this article investigates the influence of wedding planners on the stabilization or reorganization of gender norms, roles and the gender-specific division of homemaking.

Keywords
wedding, wedding planning, division of labour, ethnography, commercialization, homemaking

1 Professionelle Hochzeitsplanung und die Kommerzialisierung und Ökonomisierung des „Privaten"

Die Ausgestaltung von Hochzeiten ist vor allem in den USA und Japan schon seit Jahrzehnten nicht mehr vordringliches Privileg und Anliegen religiöser Institutionen bzw. des Familienverbandes, sondern fällt zunehmend unter die Begehrlichkeiten und Einflussnahmen eines auf die Verheiratung ausgerichteten Waren- und Dienstleistungsmarktes (Ingraham 1999; Otnes/Pleck 2003; Freeman 2002; Goldstein-Gidoni 2001). Auch im deutschsprachigen Raum gibt es seit rund 20 Jahren Hochzeitsmessen als Sammelpunkte des Hochzeitsmarktes und seit Anfang der 1990er Jahre die ersten professionellen Hoch-

zeitsplanerInnen. Die hier noch in den Kinderschuhen steckende Professionalisierung von Hochzeitsplanung geht einher mit einer weitgreifenden Kommerzialisierung von Hochzeiten. Zwar waren und sind Hochzeiten in verschiedenen lokalen und historischen Kontexten mit enormen Ausgaben und praktisch immer mit dem Austausch von Gaben verbunden (Mauss 1999; Weber-Kellermann 1985; Maj 1985). Doch die Leistung von Mitgift oder Brautpreis und die Verköstigung einer großen Anzahl geladener Personen sind eine andere Form des Konsums, als er in der gegenwärtigen Kommerzialisierung von Hochzeiten zum Ausdruck kommt. Letztere zeichnen sich vielmehr dadurch aus, dass ein vormals über familiäre und freundschaftliche Beziehungen organisiertes rituelles Ereignis nun mithilfe einer „fremden" ExpertIn geplant und gestaltet und somit in ein Dienstleistungssetting übertragen wird. Die Verschiebung der Planung und Betreuung von Hochzeiten aus einer familiären, privaten Sphäre in den Bereich des Marktes reiht sich ein in eine weitgehende Ökonomisierung des Privaten oder des Sozialen (Bröckling/Krasmann/Lemke 2000; Braun 2002). Im Bereich der romantischen Praktiken des (Spät-)Kapitalismus ist diese Ökonomisierung eng verbunden mit dem interessenlosen Ideal der romantischen Liebe und gekennzeichnet durch die (gemeinsame) Partizipation zweier Menschen am (Freizeit-)Konsum von Gütern, die der Markt zur Verfügung stellt. „Das Entgelt für die Ware erhalten nicht die beiden Liebespartner, sondern der Markt", wie Eva Illouz (2003: 71) feststellt. Während Eva Illouz (2003) in ihrer Studie zum Konsum der Romantik die Strukturierung von Erfahrungs- und Wahrnehmungsgrenzen durch Waren in den Vordergrund rückt, befasst sich Arlie Hochschild (2012) in ihrem neuesten Buch in vorwiegend narrativer Weise mit den verschiedensten Marktangeboten, die immer weiter in den Bereich des sogenannten privaten, intimen und familiären Lebens drängen. Dieser Bereich, so Hochschild, existiert angesichts der weitgehenden Auslagerung auch der intimsten und persönlichsten Angelegenheiten praktisch nicht mehr – sogar das *Selbst* (nicht nur die Liebe und Gefühle, sondern auch das Wollen) wird anhand von ExpertInnen und deren Dienstleistungen gestaltet und gelebt. Eine solche Ökonomisierung vormals privater oder familiärer Angelegenheiten hat aber auch Auswirkungen auf die sozialen Beziehungen und somit auf die Geschlechterbeziehungen derjenigen, die die Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Hier soll die stark mit Geschlechternormen und -idealen verbundene Praxis der (professionellen) Hochzeitsplanung als Ausgangspunkt genommen werden, um die Aushandlungen von Gender im Rahmen von ausgelagerter Familienarbeit zu verfolgen. Der Einfluss der wachsenden Ökonomisierung auf Geschlechterverhältnisse und -normen im Kontext der Hochzeit soll analysiert werden. Um eine solche Analyse zu kontextualisieren, wird zunächst ein Blick auf das geschlechtlich codierte kulturelle Modell und die als individuell begriffene Zielsetzung der Brautpaare geworfen, an denen sich die Gestaltung und Durchführung von Hochzeiten im untersuchten Feld professioneller Hochzeitsplanung[1] wesentlich orientieren.

1 Diesem Beitrag liegt eine ethnographische Forschung zum Hochzeitsmarkt und zu professioneller Hochzeitsplanung in Österreich in den Jahren 2006 bis 2010 zugrunde. Insgesamt wurden rund 20 teilstrukturierte, qualitative Interviews mit HochzeitsplanerInnen, StandesbeamtInnen, Priestern und Brautpaaren sowie zahlreiche informelle Gespräche und Interviews durchgeführt. Teilnehmende Beobachtungen wurden bei Hochzeitsmessen, in Brautmodegeschäften, bei „Brautinformationsveranstaltungen" und vor allem bei sechs professionell organisierten Hochzeiten sowie drei selbst organisierten Hochzeiten durchgeführt. Methodologisch orientierte ich mich an der Grounded Theory in einem Mix von Ansätzen von Strauss und Corbin (1996) sowie Charmaz (2006).

2 Die Gender-Ideologie der Traumhochzeit in Weiß

Vorgefertigte Hochzeits-Arrangements bzw. Packages, wie die „Sissi-Hochzeit", werden nur im Kontext des Hochzeitstourismus nach Österreich verkauft. KundInnen des lokalen österreichischen Marktes ist die Identifikation mit ihrer Hochzeit ein zentrales Anliegen, auch wenn diese in ihrem Erscheinungsbild von außen gesehen einen „Clone of the white wedding" (Ingraham 1999) darstellt. Die Herstellung von Individualität erfolgt im untersuchten Kontext wesentlich, und wie im Spätkapitalismus so oft, über die Entscheidung für dieses oder jenes Produkt, diese oder jene Dienstleistung (Bauman 2007). Diese Entscheidungen muss das Brautpaar selbst treffen. Zudem bleiben gewisse Elemente, wie die Einladungsliste oder die Sitzordnung beim Hochzeitsessen, auch bei professionell organisierten Hochzeiten stets dem Paar selbst überlassen. Die Abstimmung mit der Hochzeitsplanerin oder dem Hochzeitsplaner braucht zudem Zeit, ebenso wie die Auswahl der Blumen und der Dekoration, der Hochzeitstorte usw. Selbst bei der bestmöglichen Vorauswahl durch die ExpertInnen bleibt Arbeitsaufwand für das Paar übrig. Diese Hochzeitsvorbereitungsarbeit hat viel gemeinsam mit unbezahlter und unsichtbarer Hausarbeit oder auch Familienarbeit, die trotz des weitverbreiteten Anspruchs der egalitären Aufteilung zwischen PartnerInnen immer noch überproportional von Frauen geleistet wird[2], wie auch Tamara Sniezek (2005) herausstellt:

„[…] a good portion of wedding work is easily overlooked as it is frequently 'invisible' stereotypical women's work [it] for example involves very similar tasks as routine housework including decorating, making meal choices, shopping and coordinating family schedules." (Sniezek 2005: 216)

Zudem wird im Rahmen der Populärkultur bzw. entsprechend der Gender-Ideologie des gegenwärtig hegemonialen Modells der „weißen Hochzeit" die Hochzeit weitestgehend als Frauenangelegenheit und somit auch Frauenarbeit codiert: Dieses Hochzeitsmodell rückte bereits im Zuge seiner Etablierung im 19. Jahrhundert die Braut ins Zentrum der Aufmerksamkeit, der Bräutigam hingegen wurde zunehmend unwichtig und verschwand in den Hintergrund. Die Hochzeit wurde zu einem Ort der Rekonstruktion des *weiblichen* Körpers, *weiblicher* Selbstdarstellung und Selbstverwirklichung: Sie wird in eine Fee, in eine Prinzessin verwandelt. Diese mythische Überhöhung der Braut wurde nicht nur im Kontext des europäischen Bürgertums des 18./19. Jahrhunderts forciert, um die nachfolgende häusliche Unterwerfung und den Ausschluss der Frau aus dem öffentlichen Leben zu beschönigen. Die Bilder der zauberhaft verwandelten, prinzessinnenhaft gekleideten Braut trugen und tragen weiterhin wesentlich zum Erfolg der Hochzeitsindustrie bei und stützen die mit ihr verbundenen Ideologien des Konsumismus, der Heterosexualität und der marktförmig bestimmten Weiblichkeit (vgl. Ingraham 1999). US-amerikanische AutorInnen sprechen in diesem Zusammenhang von einer traditionellen oder auch hegemonialen „gender ideology", die das Ereignis als vorrangiges Interessen- und Betätigungsfeld von Frauen (der Braut und eventueller HelferInnen) definiert. Sie zeigen zudem, dass Frauen in Bezug auf die Hochzeitsvorbereitung tatsächlich mehr Arbeit leisten und die Aufteilung der Tätigkeiten einer geschlechtsspezifischen Differenzierung folgt (vgl. Currie 1993; Sniezek 2005).

2 Dazu siehe insbesondere Koppetsch 1999: 203.

Àine Humble, Anisa Zvonkovic und Alexis Walker (2008) suchten die Strategien und Prozesse zu identifizieren, welche dazu beitragen, dass Brautpaare geschlechtsspezifische Muster im Kontext von Hochzeitsvorbereitungen perpetuieren oder durchbrechen. Keine dieser Studien hat sich allerdings mit Paaren befasst, die ihre Hochzeit professionell planen ließen. Dennoch weisen Humble, Zvonkovic und Walker „wedding professionals" – wozu auch HochzeitsplanerInnen zählen – eine ganz bestimmte Funktion zu. Diese stellen „traditional outsiders" dar, welche insbesondere egalitäre Paare einem *gender assessment*[3] unterziehen und dadurch Druck auf diese ausüben „to be more gendered in their planning" (Humble/Zvonkovic/Walker 2008: 14). Sie gelten daher auch als Faktor, der dazu beiträgt, die hegemoniale Gender-Ideologie von Hochzeiten aufrechtzuerhalten. Diese These soll in Bezug auf das untersuchte Forschungsfeld geprüft werden: Halten österreichische HochzeitsplanerInnen ihre KundInnen dazu an, eine traditionelle geschlechtsspezifische Rollenteilung in der Hochzeitsvorbereitung zu perpetuieren? Oder löst die Auslagerung des größten Teils dieser Arbeit aus der Paarbeziehung auch deren Ungleichverteilung zwischen Braut und Bräutigam? Und vor allem: Welche Rolle spielen HochzeitsplanerInnen im Hinblick auf diese Normierungs- und/oder Neugestaltungsprozesse? Zur Klärung dieser Fragen ist es zunächst notwendig zu beleuchten, ob und wie die interviewten HochzeitsplanerInnen eine geschlechtsspezifische Differenz beim Engagement ihrer KundInnen wahrnehmen. Gibt es überhaupt Unterschiede zwischen zukünftigen Bräuten und Bräutigamen, was die Beteiligung an den Vorbereitungsarbeiten betrifft? Und falls ja, wie werden diese Differenzen begründet bzw. gerechtfertigt? Welche Strategien verfolgen Bräutigame, Bräute und HochzeitsplanerInnen, um ihre jeweiligen Interessen und Normen durchzusetzen?

3 Geschlechtsspezifische Arbeitsteilung und Erklärungsmuster

Der Erfahrung von zwei Dritteln der befragten ExpertInnen zufolge tragen auch bei professionell geplanten Hochzeiten Frauen einen größeren Anteil der dem Paar verbleibenden Arbeit. Sie stellen zumeist den Erstkontakt mit den professionellen PlanerInnen her und übernehmen die Verantwortung für die Kommunikation. Die interviewten ExpertInnen erzählen aber auch von Brautpaaren, bei denen der Bräutigam engagierter und interessierter ist und mehr Arbeit übernimmt.[4] Im Vergleich dazu berichten weder Humble, Zvonkovic und Walker (2008) noch Sniezek (2005) von einem Brautpaar mit

3 Candance West und Donn Zimmermann definieren das Konzept des gender assessment als Bestandteil der Konstruktion von Geschlecht im Sinne des doing gender. Gender assessment bezieht sich auf die Bewertung von Verhalten im Hinblick auf dessen Übereinstimmung mit normativen geschlechtsspezifischen Erwartungen: „to 'do' gender is not always to live up to normative conceptions of femininity or masculinity; it is to engage in behavior at the risk of gender assessment." (West/Zimmermann 1987: 136)

4 Diese Erfahrung der HochzeitsplanerInnen kann ich aus meiner teilnehmenden Beobachtung bestätigen. Bei einem kleinen Anteil der Brautpaare, mit denen ich Interviews führte, lag die aktivere Beteiligung und Rolle eindeutig beim Bräutigam.

einer solchen Arbeits- und Verantwortungsaufteilung. Im Laufe des Beitrags werden Ursachen für diese Differenzen identifiziert und benannt werden. Zur Erklärung der offensichtlich weit verbreiteten Ungleichverteilung der Vorbereitungsarbeiten wird von den HochzeitsplanerInnen bzw. den interviewten Ehepaaren erstaunlich selten direkt auf das Bild von Hochzeit als *ihr* Tag, als Mädchentraum, Bezug genommen. Begründet wird die weitgehende Absenz von Männern in diesem Bereich vielmehr mit deren Unbeholfenheit, Unwissen und Desinteresse. Selbst jene HochzeitsplanerInnen, die Bräutigame als grundsätzlich durchaus engagiert und bemüht beschreiben, attestieren Männern Wissensdefizite, vor allem was das Verhalten bei formalisierten Abläufen im Kontext der Hochzeit anbelangt. Eine Hochzeitsplanerin klagt: „Ich muss dann jeden Bräutigam auf die richtige Seite stellen vor dem Einzug, weil sie stehen immer falsch." (IWP7: 175) Verkäuferinnen von Fachgeschäften für Hochzeitskleidung sowie Stylistinnen, mit denen ich auf Hochzeitsmessen sprach, äußerten sich ähnlich. Angesprochen auf die speziell auf Bräute ausgerichteten Veranstaltungen, wie den Brautinformationsabend und die ‚Lange Nacht der Braut', sprachen sie von der Notwendigkeit, solche Veranstaltungen auch für Männer zu organisieren, da die meisten nicht wüssten, wie sie sich bei ihrer Hochzeit verhalten sollen. Wenn Männern dieses Wissen aber fehlt, so können sie folglich auch kaum die Vorbereitungen übernehmen. Ein Interviewpartner gibt offen zu, „keine Ahnung" davon zu haben, wie eine Hochzeit organisiert wird: „Also es gibt … obwohl es gibt gewisse Leute, die sind glaub ich geboren … vor allem Frauen, die wissen wie man eine Hochzeit strukturieren muss. Und ich habe keine Ahnung davon." (BP1_fm: 99)

Als Mann in diesem Bereich Unwissenheit zu demonstrieren, fällt offensichtlich nicht schwer. Der eigenen Inkompetenz und Unbeholfenheit wird die scheinbar angeborene Fähigkeit von Frauen gegenüber gestellt. Was ein Mann sich aneignen müsste, darüber verfügen Frauen schon von Geburt an. Daraus ergibt sich eine quasi ‚natürliche' Verantwortung von Frauen für die Arbeit der Hochzeitsvorbereitungen. Der Topos der männlichen Unbeholfenheit erinnert an die von Cornelia Koppetsch (1999: 217) geschilderte Strategie von Männern, durch die Demonstration von Inkompetenz in Sachen Hausarbeit dieser möglichst zu entgehen. Diese „Koketterie mit der Dummheit" (Koppetsch 1999: 217) ziehen Männer des individualisierten Milieus bei Weitem der Beteiligung an der Hausarbeit vor. Zudem dient diese Unterordnung unter die ‚natürliche' Kompetenz von Frauen in diesem Bereich als effizientes Mittel, die anhaltende Wirksamkeit von Geschlechterrollen zu verschleiern:

> „Die spielerische Umkehrung der Machtverhältnisse […] ist ein geeignetes Mittel, die wahren Verhältnisse zu vertuschen und guten Gewissens alles beim Alten zu lassen. Der Mann würde ja gerne mithelfen – an der mangelnden Hilfsbereitschaft liegt es ja nicht, auch nicht am fehlenden Willen, die traditionellen Geschlechterrollen aufzubrechen, aber man kann nicht, die Frau ist in ihrer Domäne einfach kompetenter." (Koppetsch 1999: 218)

Unbeholfenheit und Unwissenheit vorzuschützen, bietet sich Männern im Bereich der weiblich codierten Domäne von Hochzeitsplanung als Strategie an, um der Vorbereitungsarbeit zu entgehen. Interessanterweise wird diese männliche Unbeholfenheit von mehreren HochzeitsplanerInnen hauptsächlich mit der Nervosität der Bräutigame am Tag der Hochzeit, vor allem vor dem ‚großen Auftritt' der Trauung, in Verbindung ge-

bracht. Bräute hingegen gelten, auch wenn sie vor oder bei der Hochzeit Unterstützung von Seiten der HochzeitsplanerInnen benötigen, nicht als unbeholfen. Von den HochzeitsplanerInnen wird diese männliche „Koketterie mit der Dummheit" bzw. deren ‚natürliche' Inkompetenz durchaus kritisch beurteilt und teils als Strategie der Arbeitsvermeidung durchschaut. Ihnen ist klar, dass man sich das für die Hochzeitsplanung notwendige Wissen aneignen kann und dass dies Arbeit bedeutet. Die Naturalisierung dieses Wissens kommt einer Abwertung ihres ExpertInnen-Wissens gleich. HochzeitsplanerInnen werten die Haltung eines guten Teils ihrer männlichen Kundschaft denn auch kaum als ‚natürliche' Inkompetenz, sondern als Desinteresse, als durchaus bewusste und aktive (Verweigerungs-)Haltung. So berichten zwei HochzeitsplanerInnen, dass ihrer Erfahrung nach die männlichen Partner die Vorbereitungen gerne ganz oder größtenteils ihnen und ihren zukünftigen Ehefrauen überlassen und dabei unterschiedliche Strategien einsetzen würden: „Es ist irrsinnig lustig. Die Herren versuchen, sich galant aus der Affäre zu ziehen, sag ma mal so. Aber das gelingt ihnen nicht immer." (IWP6: 210) Als weniger galant beschreibt eine andere Hochzeitsplanerin dieses: „[…] den Männern wird's halt in der Organisation oft zu viel und dann hängen's schon nur mehr da und sagen bähhhh … interessiert mich einfach irgendwie gar nicht mehr." (IWP4: 138f.) Zum Ausdruck kommt das größere Engagement der Frauen in der Planung aus Sicht einiger HochzeitsplanerInnen vor allem in der Anwesenheit bei Vorbereitungstreffen bzw. dem Austausch von E-Mails über die verschiedensten Punkte, die im Vorfeld zu klären sind:

WP9: Also in der ganzen Vorbereitungszeit, die so an die sechs bis acht Monate dauert – so lange rufen die schon vorher an die Brautpaare. Also im Herbst geht's dann immer los für den Sommer des kommenden Jahres. Dann treff ich mich … ich treff vielleicht ein, zweimal den Bräutigam in der gesamten Dauer, aber sicher sechs- siebenmal die Braut. Also schon sehr gering im Grunde.
I: Interessant, also es ist schon nach wie vor …
WP9: Es ist eine Frauendomäne sag ich jetzt einmal. Es wird natürlich schon sehr viel zu Hause gemeinsam besprochen, aber es ist gerade auch so, wenn die im Organisationsstress drinnen stecken, die Mails, die Anfragen, die Wünsche die kommen alle von der Braut. Also ich bekomme eigentlich nie ein Mail vom Bräutigam, nie, nie. (IWP9: 147ff.)

Dass ein solches Verhalten der Bräutigame seitens der HochzeitsplanerInnen auch als Geringschätzung der eigenen Arbeit gewertet und vermutlich deswegen so kritisch dargestellt wird, zeigt vor allem die folgende Karikatur männlicher Beteiligung bzw. Nicht-Beteiligung an den Hochzeitsvorbereitungen:

„[Den] Herren der Schöpfung, denen ist das meistens ziemlich wurst. Man merkt einfach bei den ganzen Gesprächen: Die sind nicht wirklich engagiert. Bis am Tag der Hochzeit dann oder zwei Tage vorher dann drehen's durch. Dann haben sie das Gefühl, dass nichts organisiert ist und jetzt kommt ja doch die Hochzeit und dann wird ihnen nämlich bewusst, dass sie im Prinzip der ‚main act' sind." (IWP2: 168–169)

Der Spott über die Männer, die der in Anspruch genommenen Dienstleistung keine wirkliche Beachtung schenken und sich nicht engagieren, ist hier deutlich. Sie sind nicht ernst zu nehmen, sagt diese Erzählung – und sie büßen ihre Missachtung von Hochzeitsplanung als wichtige Angelegenheit und Organisationsleistung dadurch, dass sie kurz vor der Hochzeit „durchdrehen". Dass sich Männer, wenn überhaupt, dann (zu) spät um

die Vorbereitungen kümmern, ist auch der Eindruck einer anderen Hochzeitsplanerin. Dieser zufolge tritt der Bräutigam „das erste Mal in Erscheinung, wenn das schriftliche Angebot mit den Preisen draußen ist [lacht].“ (IWP9: 130) Die Missbilligung dieses Desinteresses an grundsätzlichen Gestaltungs- und Organisationsfragen, die bereits vor dem schriftlichen Angebot zu klären sind, ist auch hier nicht zu überhören. Auch wenn Männer oftmals beruflich stärker belastet seien, so liege deren geringe Beteiligung und weniges Engagement vor allem in ihrem Unwillen und grundsätzlichen Desinteresse begründet, ist diese Interviewpartnerin überzeugt.

4 Braut und Bräutigam organisieren

HochzeitsplanerInnen berichten, wie eingangs erwähnt, auch davon, dass sich ihre Kunden in die Vorbereitung einbringen und an der anfallenden Arbeit beteiligen bzw. ebenso beteiligt seien wie die Kundinnen. Wie wird diese Beteiligung bei genauerer Nachfrage geschildert? Eine der Expertinnen bezeichnet es beispielsweise als Klischee, dass sich nur Frauen für die Hochzeitsplanung interessieren. Sie betont, dass Männer in die Planung grundsätzlich genauso involviert seien, beschreibt aber gleichzeitig eine Differenzierung von Tätigkeitsbereichen zwischen Braut und Bräutigam, die sich wie eine Aufzählung von Geschlechterklischees anhört:

„Es gibt vielleicht so Dinge, die eher die Braut interessiert: die Blumen und die Deko und das Kleid. Aber beim Organisatorischen, beim Planerischen und den anderen Sachen sind die Herren genauso dabei. Es kommt nicht vor, dass die Braut alleine die Entscheidungen trifft, dass sie alleine die Dinge entscheidet. Das machen schon beide gemeinsam. Es ist dann vielleicht so, dass sie unter hundert Mustern zehn aussucht, die ihr gefallen und er dann aus diesen die Auswahl trifft und sagt, was ihm am besten gefällt. Die Damen sind da auch eher emotional und möchten halt noch gerne das und das und er schaut dann auch eher auf den Budgetplan und sagt na gut, wenn wir das nehmen, dann müssen wir halt woanders was einsparen, also ist eher so auf der rationellen Schiene. Aber beim Planen und Organisieren sind die Herren zumindest bei mir genauso dabei.“ (WP7: 97ff.)

Von einer solchen geschlechtsspezifischen Rollenaufteilung zwischen Bräutigam und Braut berichten mehrere InterviewpartnerInnen. So kümmern sich Männer „ganz, ganz selten um Blumen, um so Äußerlichkeiten wie Kleid oder Ähnliches“ (IWP8: 82). Sie beschäftigen sich eher mit dem „ganzen Organisatorischen“ und am Herzen liegt ihnen vor allem „die Musik und das Feuerwerk […] und dann natürlich beim Catering die Bar am Abend“ (IWP9: 143–144). Aus diesen Darstellungen der gemeinsamen Planung ergibt sich ein Bild der Hochzeitsvorbereitung als Ort der Reproduktion von Geschlechterstereotypen, auch wenn sich Männer einbringen. Es zeigt sich eine geschlechtsspezifische Arbeitsteilung von Männern und Frauen, welche an die von Karin Hausen (1976) beschriebenen bipolaren „Geschlechtercharaktere“ erinnert. Demnach wird mit Weiblichkeit Emotionalität und Einfühlungsvermögen, mit Männlichkeit Rationalität und die Kälte der Geschäftswelt assoziiert. Entstanden vor allem im historischen Kontext des Beamtenbürgertums des ausgehenden 18. Jahrhunderts, setzten sich diese komplementären geschlechtsspezifischen Zuschreibungen aufgrund der Trennung von bezahlter Berufs- bzw. Lohnarbeit und der privat zu leistenden Reproduktionsar-

beit im Zuge der Industrialisierung gesamtgesellschaftlich durch. Die im bürgerlichen Frauenbild propagierten „weiblichen Tugenden" (Dölling 1991: 113f.) umreißen genau jene historisch notwendigen Ergänzungen zu den Arbeiten und Pflichten, die Männern aus dem Erwerbsleben erwuchsen und die notwendig waren, um diese arbeits- und leistungsfähig zu machen und zu erhalten. Neben der Fähigkeit zur und der Zuständigkeit für Emotionalität – etwa der Sorge um den emotionalen Ausgleich des Mannes bzw. der Familie – fällt auch die ästhetische Gestaltung des Heimes und allgemein die Fähigkeit zur Verschönerung unter diese „weiblichen" Tugenden. Diese historisch bedingten, meist aber mit dem Argument der biologischen Verschiedenheit von Männern und Frauen begründeten, komplementären geschlechtsspezifischen Fähigkeiten und Tätigkeitsbereiche haben sich zu stereotypen Frauen- und Männerbildern verfestigt. An diese knüpfen konventionelle Rollenmuster an, deren Wirksamkeit bzw. Starrheit auf der praktischen Ebene der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung in unzähligen Studien belegt wurden (vgl. Koppetsch 1999: 203). Auch im Bereich professioneller Hochzeitsplanung, der grundsätzlich eine Reorganisation der Hochzeitsvorbereitungsarbeit bedingt, scheint Geschlecht als Ordnungskategorie keineswegs an Bedeutung zu verlieren (vgl. Gildemeister 2005; Gildemeister/Wetterer 2007). Vielmehr liefern stereotype geschlechtsspezifische Differenzierungen unhinterfragte Orientierungshilfen für die Reorganisation der Arbeit unter Einbezug des Bräutigams. So sind es fast ausschließlich die „Damen", die die Bereiche der Blumen, der Dekoration und des Kleides übernehmen – also sämtliche Aufgaben und Aspekte, die mit der ästhetischen Gestaltung zu tun haben. Zudem hegen sie ein emotionales Verhältnis zur gesamten Ausgestaltung der Hochzeit. Die rationalen und rationellen „Herren" interessieren sich für das Planerische und Organisatorische und achten auf den Budgetplan – befassen sich also mit Bereichen, die mit Karrierepositionen in der heutigen Arbeitswelt assoziiert werden. Außerdem kümmern sie sich um Angelegenheiten wie Musik, Feuerwerk und die alkoholischen Getränke. Der gesamte Bereich der Dekoration und des Blumenschmucks scheint sogar selbst von jenen Männern gemieden zu werden, die sich ansonsten um die gesamte Hochzeitsplanung kümmern. Was die Wäschepflege im Kontext von Hausarbeit auszeichnet, markiert auch diesen Bereich der ästhetischen Gestaltung im untersuchten Feld: Beides sind Spitzenreiter „männlicher Abstinenz" (Koppetsch 1999: 227). Die Abstimmung von Details, aber auch die mühsame Vorauswahl aus zahlreichen Möglichkeiten und Angeboten sind hingegen Tätigkeits- und Zuständigkeitsbereiche der weiblichen Kunden. Dies sind im Vergleich zur Endauswahl unsichtbare und undankbare Arbeiten, da sie kein unmittelbares Ergebnis zeitigen und leicht als unnötig erachtet werden. Eigentlich sind dies Vorbereitungsarbeiten, die dem Paar durch die Inanspruchnahme einer HochzeitsplanerIn größtenteils erspart bleiben sollten. KundInnen sind aber durchaus damit beschäftigt, aus einer großen Menge an Beispielen oder Angeboten (z. B. Einladungskarten oder Trauungsorte) auszusuchen oder selbst nach Alternativen zu suchen, wenn ihnen keines der Angebote zusagt.[5] So gefiel einem der interviewten Paare keiner

5 Dieser Umstand liegt vor allem darin begründet, dass HochzeitsplanerInnen nicht immer ein wirklich auf das Paar zugeschnittenes Angebot bzw. eine solche Vorauswahl präsentieren, wie es dem Anspruch sehr vieler Agenturen aber eigentlich entsprechen würde. Vielmehr wird oft darauf gezielt, bereits erprobte und funktionierende Kombinationen aus Orten, Musik, Catering etc. erneut zu verkaufen.

der vorgeschlagenen Hochzeitsorte, sodass von der *Braut* weitere Möglichkeiten recherchiert wurden. An der Besichtigung der von ihr ausgewählten Örtlichkeiten und der damit verbundenen Entscheidungsfindung war dann auch ihr Mann beteiligt (BP5: 157). Tamara Sniezek beschreibt die Arbeitsaufteilung der von ihr interviewten südkalifornischen Paare auf sehr ähnliche Weise:

„I found an enormous amount of supporting evidence to suggest women complete large portions of the behind the scenes leg work […] Typically, women would research the alternatives, present them to the male partner and together they would make a decision." (Sniezek 2005: 225)

Ebenso wie sich die Beteiligung von Männern an den Hochzeitsvorbereitungen an stereotypen Vorstellungen ‚männlicher' und ‚weiblicher' Fähigkeiten und Rollen orientiert, wird auch dieses Muster geschlechtsspezifischer Arbeitsteilung durch die Inanspruchnahme professioneller Hochzeitsplanung nicht durchbrochen. Ich fand allerdings keinerlei Hinweise darauf, dass die HochzeitsplanerInnen eine solche gegenderte Arbeitsteilung befördern oder gar ausschließlich Frauen ansprechen bzw. die Hochzeit als deren Angelegenheit handhaben, wie Humble, Zvonkovic und Walker (2008) postulieren. Als wesentlich gilt, für HochzeitsplanerInnen sowie Brautpaare bzw. Bräute gleichermaßen, dass sich Männer beteiligen, dass sie „genauso dabei sind". Dies wird nicht nur von der oben zitieren Expertin hervorgehoben. Auch eine andere Hochzeitsplanerin betont, dass es bei *ihren* Hochzeiten ein ausgeglichenes Engagement von Braut und Bräutigam gäbe. Formuliert als Errungenschaft, als beinahe persönlicher Verdienst, sind diese Aussagen nicht rein deskriptiv zu werten, sondern auf einer normativen Ebene zu verorten. Braut und Bräutigam sollen sich gemeinsam um die Hochzeitsvorbereitungen kümmern. Dass diese Gemeinsamkeit auf einer normativen Ebene eine Rolle spielt, zeigt sich auch in den Interviews, die ich mit Brautpaaren führte.

5 Norm/Anspruch der Gemeinsamkeit

Obwohl sich bei einigen Paaren offenkundig entweder er oder sie deutlich mehr um die Vorbereitung gekümmert hatte, waren sämtliche Paare im Interview darum bemüht hervorzuheben, die Hochzeit gemeinsam geplant und vorbereitet zu haben: Gerhard und Klara geben beispielsweise unabhängig voneinander an, dass Gerhard der Ansprechpartner der HochzeitsplanerInnen gewesen sei, verweisen aber gleichzeitig darauf, dass sie alle Punkte zuvor gemeinsam besprochen und entschieden hätten (BP2_f: 59ff.). Bei diesem Brautpaar ist jedoch offensichtlich, dass es sich um seine Hochzeit handelte. Klara war zuvor schon einmal verheiratet gewesen und erzählt, dass es ihr nicht so wichtig gewesen war, nochmals zu heiraten, Gerhard dies aber insbesondere nach der Geburt ihres gemeinsamen Sohnes wollte. Dass die Hochzeit ihn wesentlich mehr beschäftigte und er sich mehr darum kümmerte, wurde auch durch seine Nervosität und seine vielen Nachfragen in der letzten Vorbesprechung deutlich. Die beteiligte Hochzeitsplanerin beschreibt Gerhard als in der Planung wesentlich engagierter als seine zukünftige Frau. In den Interviews geben jedoch sowohl Gerhard als auch Klara an, dass sie beide gleichermaßen an den Vorbereitungen beteiligt gewesen wären (BP2_m,

BP2_f). Die Gemeinsamkeit der Vorbereitungsarbeiten herauszustreichen, ist ebenso wie die Demonstration von Einigkeit und Harmonie oft ein deutlich spürbares Anliegen der interviewten Ehepaare. Meinungsdifferenzen werden bewusst in den Hintergrund gerückt, so sie überhaupt erwähnt werden. Eine Interviewpartnerin reagiert nahezu empört auf die Frage nach Entscheidungen, bei denen sie und ihr Mann sich bei den Vorbereitungen nicht einig waren (BP6: 211ff.). Diese Demonstration von Harmonie mag auch deswegen so wichtig sein, weil Hochzeitsvorbereitungen durchaus das Potenzial haben, die Paarbeziehung auf die Probe zu stellen. Tina und Alex berichten als einziges der befragten Paare von einem Streit während der Vorbereitung ihrer Hochzeit. Sie wollte in einem Schloss heiraten, er lieber in anderen Räumlichkeiten:

T: Und dann hast du aber eindeutig nachgegeben. Da bin ich heulend herumgelaufen, war schon ganz angefressen und du fertig. [lacht]. Und dann hat er gesagt ok.
A: Ja, hat es auch gegeben. (BP 4: 197f.)

Alex, der im Interview insgesamt eher zurückhaltend ist, scheint die Szene lieber nicht erwähnen zu wollen, während Tina kein Problem mit der Schilderung der Auseinandersetzung hat. Dieser Streit demonstriert aber auch, dass der Ort der Heirat *beiden* ein Anliegen war. So zeigt diese Erzählung vor allem das beiderseitige Interesse an der Hochzeitsplanung. An diesen Beispielen wird deutlich, dass Hochzeitsvorbereitungen für Paare ein Medium darstellen, über das sie ihre Beziehung konstruieren und zum Teil auch reflektieren. Ob die Beziehung als harmonisch oder als streitfähig gesehen bzw. dargestellt wird – über die Hochzeitsvorbereitungen wird auch die Beziehung an sich ausgehandelt. Die gemeinsame Vorbereitung offen in Frage zu stellen bzw. ein allzu offensichtliches Desinteresse eines Partners wäre ein direkter Angriff auf die Beziehung, die ja gefeiert und zur Darstellung gebracht werden soll.

6 „Männer einbeziehen“

Selbst jene HochzeitsplanerInnen, die ihre Kunden als prinzipiell gleichermaßen an der Hochzeit interessiert beschreiben, sprechen von der Notwendigkeit, Männer in die Hochzeitsvorbereitungen einzubeziehen:

„Also ich versuch da schon auch sehr die Männer mit ins Boot zu holen. Und sie genauso zu begeistern für das was da passiert, weil sonst äh … hat es auch die Frau sehr viel schwerer das umzusetzen. Wenn sie da irgendwelche großartige Ideen hat und der Bräutigam ist nicht so begeistert davon wie sie, dann ist das schwierig.“ (IWP5: 174f.)

Die Notwendigkeit, den Bräutigam aktiv für die Vorbereitungen zu begeistern, wird wiederholt mit der Verwirklichung der Ideen der Braut begründet. Dabei soll aber auch er Spaß an der Sache haben. Eine andere Hochzeitsplanerin weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass sich ihre Arbeit unter Umständen wesentlich erschwert, wenn sich ein Teil des Paares nicht genügend an den Vorbereitungen beteiligt. Ihrer Schilderung zufolge sind dabei ausschließlich die Bräutigame für eine solche Komplizierung der Planungsarbeit verantwortlich:

„Meistens ist es so, dass die Männer sich da raus halten. […] Und es ist halt immer schwierig, wenn man jetzt mit der Braut etwas bespricht, was den Bräutigam auch angeht und der ist dann nicht dabei, weil dann muss ich den wieder fragen, dann kennt er sich wieder nicht aus, dann muss man wieder ein Gespräch mit beiden machen und das ist dann mühsam." (IWP2: 175ff.)

Aus diesem Grund beharre sie prinzipiell darauf, dass bei den Betreuungsgesprächen das Paar gemeinsam erscheint (IWP2: 182). Eine andere Interviewpartnerin berichtet, dass sie Besprechungen zwar häufig nur mit der Braut abhalte. Wenn bei gewissen Fragen aber auch die Meinung des Bräutigams als notwendig erachtet werde, wende sie sich oft direkt an diesen (IWP9: 155). Manche HochzeitsplanerInnen gehen in ihren Bestrebungen, Männer einzubinden, über das Einfordern gemeinsamer Besprechungen deutlich hinaus. Über eine Modifikation des Ablaufs der Hochzeit zielen sie darauf, den Bräutigam mehr in den Vordergrund zu rücken. Erreicht werden soll dies durch die Integration von Elementen, die komplementär zu bestehenden auf die Braut fokussierten Handlungen, einen Ausgleich an Aufmerksamkeit für den Bräutigam schaffen:

„Und wir versuchen … ist ja ganz witzig, weil manchmal gibt es ja so die Vorstellung sie möchte mit der Kutsche kommen. Bräutigam ist das oft nicht so wichtig. Aber dann versucht man schon für ihn da auch einen Ausgleich zu finden, dass er irgendeinen schönen Oldtimer hat mit dem er dann kommt. Weil, hm … ist ja auch sein schönster Tag [lacht]. Und das macht dann schon den Männern auch Spaß." (IWP5: 178f.)

Hier geht es offensichtlich um eine Umgestaltung des Hochzeitsrituals, weg von der hegemonialen Gender-Ideologie. Der Bräutigam soll nicht mehr nur eine Nebenrolle spielen, sondern als Hauptdarsteller positioniert werden. Als ein anderes, weniger exklusives Beispiel für einen solchen Ausgleich nennt diese Hochzeitsplanerin das „Strumpfbandwerfen". Es wird von ihr als Pendant zum Brautstraußwerfen beschrieben:

WP5: Brautstrauß werfen natürlich gehört dazu. Und dasselbe gibt es jetzt auch für die Bräutigame. Mit dem Strumpfband.
I: Aha, das hab ich jetzt noch gar nie gehört, wie funktioniert das?
WP5: Ja, da löst dann der Bräutigam das Strumpfband der Braut[6], die ganzen Jungmänner, die heiratsfähigen Männer werden dann versammelt, wie zuerst die Damen. Dann schießt er das Strumpfband. (IWP5: 261ff.)

Wie beim Brautstraußwerfen gilt auch hier, dass derjenige, der das Strumpfband fängt, als Nächster heiraten wird. Die Inkorporation von Elementen, die den Bräutigam hervorheben, wird auch von anderen HochzeitsplanerInnen praktiziert: „Bei uns kriegt auch der Bräutigam ein Lied beim Einzug", erzählt eine Hochzeitsplanerin in einem informellen Gespräch. Sie sei generell darum bemüht, dass beim Einzug nicht nur die Braut ihren großen Auftritt habe, dessen Dramatik durch Musik unterstrichen werde, sondern dass auch das Auftreten des Bräutigams in Szene gesetzt und durch Musik bzw. ein Lied begleitet werde. In diesem Zusammenhang berichtet sie von einem Paar, mit dessen Hochzeitsvorbereitungen sie gerade beschäftigt sei. Die Braut sei dagegen, dass auch ihr Zukünftiger beim Einzug ein Lied erhalte. Sie wolle alleine im Zentrum der

6 Ein Strumpfband hält die Strümpfe an den Oberschenkeln fest. Der Bräutigam entfernt das Strumpfband manchmal nicht mit den Händen, sondern mit seinen Zähnen – eine nicht nur in letzterer Variante durchaus anzügliche Szene.

Aufmerksamkeit stehen und deswegen gönne sie dem Bräutigam keine musikalische Begleitung für seinen Auftritt – so ihre Interpretation dieser anscheinend ungewöhnlichen Haltung der Braut.[7]

In den Narrativen der HochzeitsplanerInnen lässt sich noch eine dritte Variante des „Männer-Einbindens" ausmachen, die am klarsten die kommerzielle Dimension dieser Bestrebungen zum Ausdruck bringt. Eine der PlanerInnen berichtet, dass sie und ihre Geschäftspartnerin gerade dabei seien, ihren Internetauftritt umzugestalten. Im Zuge dessen wollen sie versuchen, auch „die Männerschiene" anzusprechen:

„Momentan ist es ja so, dass sie vorwiegend Zielgruppe Damen. Ahm … wir wollen das Ganze ein bisschen aufbauen und auch auf die Herrenebene gehen. Weil es auch wichtig ist, diese nicht außer Acht zu lassen. Weil irrsinnig viele tun sich irrsinnig schwer, haben keine Ideen, ja, meinens gut … ohne dass da weiß Gott wie viel Geld gebraucht wird. Simpel. Ist eine ganz einfache Devise. Also einfach wirklich: Heiratsantrag, Verlobungsfeier, Polterabend, Hochzeit." (IWP6: 285ff.)

Die bereits thematisierte Unbeholfenheit und Unwissenheit von Männern in Sachen Hochzeitsvorbereitung zeigt sich hier als idealer Anknüpfungspunkt, um zukünftige Bräutigame als Kunden zu gewinnen. Wesentlich erscheint mir hierbei, dass professionelle Hochzeitsplanung für Männer, die sich aktiv um die Ausgestaltung ihrer Hochzeit kümmern wollen, die Möglichkeit bietet, dies zu tun, ohne sich selbst mit solch stark „weiblich" assoziierten Bereichen wie Dekoration und Blumenschmuck auseinanderzusetzen. Männer sollen aber nicht nur als Kunden für die bestehende Dienstleistung der Hochzeitsplanung gewonnen werden, sondern gelten als neues Kundensegment für die Kommerzialisierung der Ereignisse *im Vorfeld* der Hochzeit, wie Heiratsantrag und Polterabend. Insbesondere der Heiratsantrag gilt im untersuchten Feld ungebrochen als Zuständigkeitsbereich des männlichen Partners – folglich richtet sich das Angebot in diesem Zusammenhang spezifisch an Männer mit Heiratsabsichten. So sollen etwa durch Angebote, die zusätzlich zu den Tipps, wie ein Hochzeitsantrag formuliert werden kann, auch gleich ein Candle-Light-Dinner in einem eleganten Restaurant als entsprechende Rahmung enthalten, zukünftige Bräutigame als Kunden gewonnen werden (IWP6: 289ff.).

7 Fazit

Wie gezeigt wurde, liegt es weder im Interesse der HochzeitsplanerInnen, Brautpaare dem *Gender Assessment* (West/Zimmermann 1987: 136) zu unterziehen noch die mit der weißen Hochzeit verbundene hegemoniale Gender-Ideologie aufrechtzuerhalten, wie Humble, Zvonkovic und Walker (2008) dies für „wedding professionals" in den USA postulieren. Vielmehr knüpfen die österreichischen HochzeitsplanerInnen mit verschiedenen Strategien an die vor allem für Frauen wichtige Norm bzw. den Anspruch der gemeinsamen Planung an und binden Männer in die Vorbereitung, aber auch in die Hochzeit

7 Leider hatte ich keine Möglichkeit, das betreffende Brautpaar zu interviewen, da die Hochzeitsplanerin aufgrund ihres insgesamt angespannten Verhältnisses zum Brautpaar nicht bereit war, mich mit diesem in Verbindung zu bringen.

selbst verstärkt ein. Drei Strategien wurden identifiziert: Die erste Strategie besteht in der Forderung der Anwesenheit bei Betreuungsgesprächen, die zweite in der Inkorporation von Ritualelementen, welche die Wichtigkeit und Wertigkeit des Bräutigams hervorheben, und die dritte in der Ausrichtung des Angebots auf eine männliche Kundschaft. Doch auch wenn die Arbeit der Hochzeitsvorbereitung für Paare durch die Inanspruchnahme professioneller Hochzeitsplanung im Allgemeinen und die Einbindung des männlichen Partners im Besonderen reorganisiert wird: Geschlecht fungiert weiterhin als Ordnungskategorie bzw. als Organisationsprinzip der Aufgabenteilung zwischen Braut und Bräutigam (vgl. Gildemeister/Wetterer 2007). So wird eine stereotype, geschlechtsspezifische Aufteilung von Aufgaben nicht durchbrochen, sondern vielmehr reproduziert. „Traditionell" bzw. historisch mit „weiblichen Tugenden" (vgl. Dölling 1991) assoziierte Aufgaben, beispielsweise die Dekoration und Fragen der farblichen Abstimmung, übernehmen meist die weiblichen Partner. Wie Tamara Sniezek (2005) in ihrer Untersuchung feststellt, bleibt zudem oft die anstrengende Vorauswahl von Angeboten Frauen überlassen, während Männer sich anschließend an der Entscheidungsfindung beteiligen. Unsicherheit bzw. Ambivalenz bezüglich der Rolle von Männern im Kontext der Hochzeitsvorbereitung wird nicht selten durch die Übernahme ‚typisch männlicher' Aufgaben durch den Bräutigam gelöst. Für diese geschlechtsspezifische Arbeitsteilung und die damit verbundene Reproduktion von Zweigeschlechtlichkeit (Wetterer 2008) sind allerdings kaum die HochzeitsplanerInnen verantwortlich. Im untersuchten Kontext, wo auf einer repräsentativen Ebene Zweigeschlechtlichkeit und die Differenzen von Männern und Frauen so betont und gefeiert werden (vgl. insbesondere Bourdieu 1990 und Ingraham 1999), verwundert die Wirksamkeit latenter Geschlechternormen und die Legitimität „traditioneller Rollenzuweisungen" (vgl. Koppetsch 1999) wenig. Hochzeitsplanung als Dienstleistung ist keine unbezahlte Haus- und Familienarbeit mehr. Im Zuge ihrer Professionalisierung wird sie zunehmend als Planungs-, Organisations- und Managementangelegenheit bezeichnet und dargestellt. Dies trägt meiner Ansicht nach auch dazu bei, dass sich vor allem Männer eines individualisierten Milieus dieser Aufgabe verstärkt widmen können, ohne ihre Männlichkeit zu gefährden. Professionelle Hochzeitsplanung bietet zudem auch Männern, denen mehr an ihrer Hochzeit gelegen ist als ihrer Partnerin, die Möglichkeit, sich nicht selbst um die gesamte Planung kümmern zu müssen und sich mit solch stark ‚weiblich' assoziierten Tätigkeiten wie Dekoration und Blumenschmuck eingehend zu befassen. Dies stellt meiner Ansicht nach den Hauptgrund dafür dar, dass im untersuchten Feld im Unterschied zu den erwähnten US-amerikanischen Studien, die Planung von Paaren ohne professionelle Unterstützung untersuchen, auch Fälle vorhanden sind, in denen der männliche Partner ein Mehr an Verantwortung und Engagement für die Hochzeitsvorbereitungen übernimmt. Bei einer detaillierten Betrachtung der Auswirkungen der Kommerzialisierung von Hochzeiten in Form von professioneller Hochzeitsplanung ist weniger der Verlust des Privaten und Intimen zu beklagen oder die Kontrolle und Führung von Individuen durch die ‚Kräfte des Marktes' festzustellen. Vielmehr stärken und fördern die geschilderten Mechanismen der Einbeziehung von Männern und die Betonung des planerischen, organisatorischen Aspekts der Hochzeitsvorbereitungen im Rahmen professioneller Hochzeitsplanung eine Identifikation von Braut *und* Bräutigam mit der Hochzeit. „Her day" wird durch die Einflussnahmen von HochzeitsplanerInnen im Kontext professioneller Planung zunehmend zu „their day".

Literaturverzeichnis

Augst, Helen Ann. (1997). *Der große Hochzeitsratgeber. Für das schönste Fest im Leben.* München: Humboldt.

Bauman, Zygmunt. (2007). *Leben in der flüchtigen Moderne.* Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Bogner-Bader, Isabella. (1991). *Das Hochzeits-ABC. Verlobung und Hochzeit unvergeßlich gestalten. Ein Ratgeber von Accessoires bis Zylinder.* Wien, München, Zürich: Perlen Reihe.

Bourdieu, Pierre. (1990). *Was heißt sprechen? Die Ökonomie des sprachlichen Tausches.* Wien: Braunmüller.

Braun, Anneliese. (2002). Zwischen Patriarchat und Vermarktung. In Jutta Meyer-Siebert, Andreas Merkens, Iris Nowak & Victor Rego Diaz (Hrsg.), *Die Unruhe des Denkens nutzen. Emanzipatorische Standpunkte im Neoliberalismus* (S. 113–124). Hamburg: Argument.

Bröckling, Ulrich; Krasmann, Susanne & Lemke, Thomas. (Hrsg.). (2000). *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen.* Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Charmaz, Kathy. (2006). *Constructing Grounded Theory*. London: Sage.

Currie, Dawn. (1993). Here Comes the Bride: The making of a „modern traditional" wedding in Western Culture. *Journal of Comparative Family Studies, 24*, 403–421.

Dölling, Irene. (1991). *Der Mensch und sein Weib. Frauen- und Männerbilder. Geschichtliche Ursprünge und Perspektiven.* Berlin: Dietz.

Engström, Erika. (2008). Unravelling The Knot. Political Economy and Cultural Hegemony in Wedding Media. *Journal of Communication Inquiry, 32*(1), 60–82.

Freeman, Elisabeth. (2002). *The Wedding Complex. Forms of Belonging in American Culture.* Durham & London: Duke University Press.

Gildemeister, Regine. (2005). Geschlechtliche Kategorisierung und Gleichstellungsnorm: Tücken der Gleichzeitigkeit. In Maria Funder, Steffen Dörhöfer & Christian Rauch (Hrsg.), *Jenseits der Geschlechterdifferenz? Geschlechterverhältnisse in der Informations- und Wissensgesellschaft* (S. 59–78). München: Hampp.

Gildemeister, Regine & Wetterer, Angelika. (Hrsg.). (2007). *Erosion oder Reproduktion geschlechtlicher Differenzierungen? Widersprüchliche Entwicklungen in professionalisierten Berufsfeldern und Organisationen.* Münster: Westfälisches Dampfboot.

Goldstein-Gidoni, Ofra. (2001). Hybridity and Distinction in Japanese Contemporary Commercial Weddings. *Social Science Japan Journal, 4*(1), 21–38.

Hausen, Karin. (1976). Die Polarisierung der Geschlechtercharaktere. Eine Spiegelung der Dissonanz von Erwerbs- und Familienleben. In Werner Conze (Hrsg.), *Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas* (S. 363–393). Stuttgart: Klett.

Henle, Susanne. (1985). Gegen die festgeschriebene Rolle der Frau. Brautbilder europäischer Künstlerinnen des 20. Jahrhunderts. In Gisela Völger & Karin von Welck (Hrsg.), *Die Braut. Geliebt, verkauft, getauscht, geraubt. Zur Rolle der Frau im Kulturvergleich* (S. 368–374). Köln: Rautenstrauch-Jost Museum für Völkerkunde.

Hochschild, Arlie. (2012). *The Outsourced Self: Intimate Life in Market Times.* New York: Metropolitan Press.

Hörandner, Edith. (1985). Ganz in Weiß – Anmerkungen zur Entwicklung des weißen Hochzeitskleides. In Gisela Völger & Karin von Welck (Hrsg.), *Die Braut. Geliebt, verkauft, getauscht, geraubt. Zur Rolle der Frau im Kulturvergleich* (S. 330–335). Köln: Rautenstrauch-Jost Museum für Völkerkunde.

Humble, Àine; Zvonkovic, Anisa & Walker, Alexis. (2008). „The Royal We". Gender Ideology, Display and Assesment in Wedding Work. *Journal of Family Issues, 29*(1), 3–25.

Illouz, Eva. (2003). *Der Konsum der Romantik: Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus.* Frankfurt/Main: Campus.

Ingraham, Chrys. (1999). *White Weddings. Romancing Heterosexuality in Popular Culture.* New York and London: Routledge.

Kessler-Aurisch, Helga. (1985). Hochzeitsmode als Spiegel der sozialen Wirklichkeit. In Gisela Völger & Karin von Welck (Hrsg.), *Die Braut. Geliebt, verkauft, getauscht, geraubt. Zur Rolle der Frau im Kulturvergleich* (S. 316–329). Köln: Rautenstrauch-Jost Museum für Völkerkunde.

Koppetsch, Cornelia. (1999). Hausarbeit. In Cornelia Koppetsch & Günter Burkart (Hrsg.), *Die Illusion der Emanzipation. Zur Wirksamkeit latenter Geschlechternormen im Millieuvergleich* (S. 203–236). Konstanz: UVK.

Maj, Malgorzata. (1985). Geben und Nehmen in der polnischen Hochzeit. In Gisela Völger & Karin von Welck (Hrsg.), *Die Braut. Geliebt, verkauft, getauscht, geraubt. Zur Rolle der Frau im Kulturvergleich* (S. 462–464). Köln: Rautenstrauch-Jost Museum für Völkerkunde.

Mauss, Marcel. (1999). *Die Gabe. Form und Funktion des Austausches in archaischen Gesellschaften.* Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Otnes, Cele & Pleck, Elizabeth. (2003). *Cinderella Dreams: The Allure of the Lavish Wedding.* Berkeley and London: University of California Press.

Sniezek, Tamara. (2005). Is it Our day or the Brides Day? The Division of Wedding Labor and Its Meaning for Couples. *Qualitative Sociology, 28*(3), 215–234.

Strauss, Anselm & Corbin, Juliet. (1996). *Grounded Theory: Grundlagen Qualitativer Sozialforschung.* Weinheim: Psychologie Verlags Union.

Weber-Kellermann, Ingeborg. (1985). Die Braut in der agrarischen Gesellschaft. In Gisela Völger & Karin von Welck (Hrsg.), *Die Braut. Geliebt, verkauft, getauscht, geraubt. Zur Rolle der Frau im Kulturvergleich* (S. 434–439). Köln: Rautenstrauch-Jost Museum für Völkerkunde.

West, Candance & Zimmermann, Donn. (1987). Doing Gender. *Gender and Society, 1*, 125–151.

Wetterer, Angelika. (2008). Konstruktion von Geschlecht: Reproduktionsweisen der Zweigeschlechtlichkeit. In Ruth Becker & Beate Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie* (S. 126–136). Wiesbaden: VS Verlag.

Ziegler, Cornelia. (1998). *Das große Falken-Buch zur Märchen-Hochzeit.* Niedernhausen: Falken.

Zur Person

Hilde Schäffler, Dr. phil., geb. 1974, Assistentin an der Universität Bern, Institut für Sozialanthropologie; Projektleiterin bei Public Health Services Bern.

Kontakt: Gurtenbrauerei 82, CH-3082 Wabern, Schweiz

E-Mail: hildegard.schaeffler@anthro.unibe.ch