

Alles für die Braut

Weil Beatrice Chan Hamburg verlässt, sucht sie für ihr Brautmoden-Portal „Be a Bride“ baldmöglichst einen Nachfolger. Von Frank Schlatermund

Ein Faible für Hochzeiten hatte Beatrice Chan schon immer. In ihrer Heimatstadt Hongkong zum Beispiel zog sie neben ihrem Job als Flugbegleiterin ein Geschäft für Hochzeitstorten auf. Dann lernte sie ihren Mann kennen, einen Deutschen, und zog mit ihm nach Hamburg. Als 2016 die eigene Hochzeit anstand, musste die damals 29-Jährige auf der Suche nach dem passenden Outfit feststellen, wie wenig ihr die hiesige Brautmode zusagte. „Ich empfand das Angebot in Deutschland ein wenig angestaubt“, erinnert sie sich. „Zudem waren die Preise recht hoch, auch fehlte der individuelle Service.“

Die Idee, ein eigenes Brautmodenunternehmen zu gründen, war geboren, ein Showroom in Eimsbüttel bald gefunden. Das Konzept: Die Braut bucht über das Online-Portal „Be a Bride“ einen Termin und hat das Atelier während dieser Zeit ganz für sich und ihre Begleitung. „Die Atmosphäre ist sehr privat, oft finden bei den Anproben regelrechte Partys statt“, so Chan. „Das wäre in einem Ladenlokal so gar nicht machbar.“

Zwar führt die Geschäftsfrau auch klassische Modelle, aber die meisten Kleider, sagt sie, sind vom Style her eher frisch, weniger Standard. Die Kundin trifft ihre Wahl, anschließend ordert Chan die jeweilige Konfektionsgröße bei Produzenten in China. Indem sie in Fernost bestellt, sagt sie, bleiben die Preise bei „Be a Bride“ bezahlbar: „Je nach Material und Ausführung kosten Brautkleider bei uns zwischen 1.000 und 2.500 Euro.“ In Geschäften, die ausschließlich auf Designermodelle setzen, kann ein Kleid schon mal 9.000 Euro und mehr kosten.

In den vergangenen Jahren hat Beatrice Chan ihr Unternehmen mit viel persönlichem Einsatz zum Erfolg geführt. Der exklusive Service dürfte bei zahlreichen Damen einen bleibenden Eindruck hinterlassen haben. Doch jetzt heißt es Abschied nehmen: Die 33-Jährige und ihren Mann Simon Stoll zieht es zurück nach Asien, das Online-Portal „Be a Bride“ steht daher zum Verkauf. Die Website mit vollintegriertem Buchungstool, hervorragenden Google-Reviews und top Google-Ranking sei vollkommen auf Hamburg zugeschnitten, sagen die beiden, es ergäbe keinen Sinn, sie von Fernost aus weiterzubetreiben. Verkaufspreis: 3.000 Euro.

Ware kann auf Wunsch ebenfalls übernommen werden, Preis nach Absprache. Der Showroom jedoch steht nicht zur Disposition. „Es geht in erster Linie um die Domain“, sagt Simon Stoll, der für das Online-Marketing und den gesamten SEO-Bereich des Portals seiner Frau zuständig ist. „Viele Brautmodenhändler haben ein weniger gutes Ranking, das sie mit dem Kauf unserer Website deutlich verbessern können.“ Beatrice Chan und ihr Mann haben außer viel Zeit auch einiges Herzblut in „Be a Bride“ gesteckt und hoffen, dass es der Nachfolger ebenso halten wird.