

# Blick zurück nach vorn

Retro ist immer noch der wichtigste Trend bei Sonnenbrillen. Zitiert wird alles – Hauptsache, man sieht das Individuelle.

*Von Ursula Scheer*

FRANKFURT, im Juli. Zeige mir deine Sonnenbrille, und ich sage dir, wer du bist – oder sein willst. Eine Sonnenbrille aufzuziehen ist immer noch die einfachste Art, sich selbst zu inszenieren. Denn wer seine Augen nur vor der Sonne schützen wollte, könnte schließlich auch einfach blinzeln. Mit dem richtigen Modell auf der Nase aber kann man sich ganz leicht ein bisschen Hollywood-Glamour, italienische Lebensart oder amerikanischen Traum erobern.

Bestens dazu passt der Retro-Trend, der auch in diesem Sommer wieder die Sonnenbrillen-Kollektionen bestimmt. Waren in den vergangenen Jahren vor allem die siebziger Jahre das große Stilvorbild für die It-Brillen der It-Girls, kommen jetzt die sechziger und fünfziger Jahre. Aber auch die vierziger, achtziger und neunziger. Zitiert wird munter durch die Jahrzehnte. Hauptsache, das Ergebnis wirkt individuell oder glamourös. Generell geht der Trend wieder zur etwas kleineren Form, gerne rund, gerne oval. Kräftige Kunststoffrahmen bleiben, betonte Oberbalken kommen und werden häufig schräg gestellt.

Zum Beispiel bei Chanel. Die Kollektion „Retro-Baroque“ erinnert mit vergleichsweise schmalen ovalen Gläsern an den Chic der sechziger Jahre. Als hätte man sich abgesprochen, heißt es bei Prada „Minimal Baroque“. Hier zieren ausladende Ornamente, die wie hochgezogene Augenbrauen aussehen, breite Kunststoffrahmen. Das ist eher ironische Aneignung als Retro-Design. Damenmodelle von Dolce & Gabbana prunken mit Blüten- und Spitzen-Ornamenten; schräge und gerundete Oberbalken verweisen auf die Cat-Eye-Formen der Fünfziger. Auch der Berliner Brillenhersteller Mykita zeigt Katzenaugen. „Joanie“ mit perlmuttweißem Rahmen sieht beinahe aus wie die Sonnenbrille von Goldsmith, die Audrey Hepburn in „Wie klaut man eine Million“ trug. Überhaupt sind helle Rahmen zu dunkleren Gläsern wieder angesagt – ein Trend, der bereits in den vierziger Jahren en vogue war.

Also alles schon mal dagewesen? So einfach ist es nicht, denn eins zu eins wird kaum eine Form übernommen. Oder neue Materialien geben dem Altbekannten eine andere Optik. „Retro-Wellen haben seit den neunziger Jahren stark zugenommen“, sagt Sara Hausmann, die zusammen mit Achim Böhrner ein Buch über Retro-Design geschrieben hat. Die beiden Grafikdesigner sehen im vielfältigen Nebeneinander von Zitaten den eigentlichen Stil unserer Gegenwart. In einer zunehmend unübersichtlichen Welt biete der Rückgriff auf historische Vorbilder Orientierung, für Designer wie für Kunden. Stilzitate sind gewissermaßen der Wortschatz, mit dem sich modische Aussagen machen lassen. So transportiert die Sonnenbrille im Stil der fünfziger Jahre unweigerlich etwas vom Glamour des alten Hollywood, eine Sixties-Brille Lebensfreude, Eleganz oder wohlkalkulierte Spießigkeit, eine Hornbrille nach Art der Vierziger Traditionsbewusstsein. Jeder kann sich aus dem Fundus der Formen bedienen und sie individuell kombinieren.



**Groß, rund, oben flach:** *Gab es so ähnlich schon in den vierziger Jahren.*



**Rosarot mit Doppelsteg:** *Auch die achtziger Jahre sind zurück.*



**Klassisch cool:** *Die Blues Brothers lassen grüßen.*



**Geschwungen:** *Auf ihrer Nase ist Jackie O. das Stilvorbild.*

Fotos Katja Hentschel

Das freut die Traditionshersteller. Ray Ban weiß, dass die Kunden sich mit dem Modell „Wayfarer“ immer auch etwas von den „Blues Brothers“ auf die Nase setzen wollen, dass sie mit der Fliegerbrille „Aviator“ die Aura amerikanischer Piloten beschwören. Beide Modelle wurden vor Jahrzehnten entwickelt und zehren von ihren prominenten Auftritten. Die „Wayfarer“-Form – rechteckiger Rahmen aus dunklem Kunststoff mit oben ansetzenden breiten Bügeln – und Pilotenbrillen mit Metallrand sind Motive, die in fast allen aktuellen Sonnenbrillenkollektionen für Herren auftauchen, von Apollo-Optik bis Versace. In Schildform mit gerader Oberkante gebracht, tauchen Varianten der Pilotenbrille auf, die den Achtzigern huldigen.

Der Purist freilich gibt sich nicht mit Retro zufrieden, sondern möchte Vintage, also Sonnenbrillen, die nicht nur alt aussehen, sondern es auch sind. Längst muss man dazu nicht mehr auf Flohmärkten stöbern. Ungetragene Brillen aus Altbeständen werden von spezialisierten Fachhändlern angeboten. Manch alteingesessener Optiker profitiert davon, dass das, was lange unbeachtet im Keller lagerte, jetzt wieder begehrt ist. Werner Zorn aus Bonn gehört dazu. Sein Vater kaufte fürs Geschäft immer weit mehr Brillenmodelle ein, als er verkaufte. Mit den Altbeständen versorgt sein Sohn heute Vintage-Fans und Fernsehproduktionen. Aber auch Zorn verkauft fabrikfrische Ware im antiken Stil. Zum Beispiel das Modell „Ronsir Zylinder“ von Shuron, das Kevin Costner in dem Film „JFK“ trug. Es wird bis heute vom amerikanischen Hersteller unverändert produziert. „Als Sonnenbrille – die dunklen Gläser werden mit Clip vorgehängt – geht die ‚Ronsir‘ bei mir wie frisch geschnittenes Brot“, sagt Zorn.

Dass die Nachfrage nach Vintage- und Retro-Brillen steigt, bestätigt auch Uta Geyer, Inhaberin der Berliner Brillenagentur Lunettes. Seit fünf Jahren verkauft sie ungetragene Altmodelle; seit einem Jahr lässt sie zudem eine eigene Retro-Kollektion in einer italienischen Manufaktur herstellen. „Momentan geht der Trend zur Panto-Form – leicht übergroß, rund und oben abgeflacht – mit Schlüsselloch-Steg“, sagt Geyer, „am liebsten mit dunklen oder farbigen Gläsern in hellerer Acetatfassung.“

Mit der Panto-Form ist die Retro-Mode der Sonnenbrillen in den achtziger und frühen neunziger Jahren angekommen, wobei Panto damals schon ein Rückgriff auf die Vierziger war. Das Zitat wird zum Zitat des Zitates. Ganz gelassen also kann das italienische Traditionshaus Persol die runde Form im bewährten Horn-Look anbieten. Extravagant wird sie durch die charakteristischen Metallgelenke in Pfeilform, mit denen man die Brille nicht nur zusammenklappen, sondern falten kann. Das handgearbeitete Modell ist benannt nach Steve McQueen, seinem prominentesten Träger.

Für das Spiel mit den Sonnenbrillen-Stilen gibt es also jede Menge Auswahl, und auch der finanzielle Spielraum beim Kauf ist groß wie nie. Massenware gibt es längst an jeder Tankstelle, gleichzeitig bieten immer mehr Modelabels eigene Brillenkollektionen an. Deshalb gibt es keine genauen Zahlen darüber, wie viele Sonnenbrillen jedes Jahr in Deutschland gekauft werden. Genauso vielfältig wie die Einkaufsmöglichkeiten ist die Brillenmode auf der Straße. Ob blaue Fliegerbrille zum Hippie-Outfit oder ein Zwanziger-Jahre-Modell zum Punk-Look: Erst die Mischung macht das Stil-Zitat spannend. Und Retro wird als Brillen-Trend so schnell nicht von gestern sein.