

LIFESTYLE

DER WÖCHENTLICHE
BEZIEHUNGSHECK

Wer ist schön?

Man nennt es den „Hollywood-Effekt“: Männer, die häufig Kontakt mit sehr schönen Personen haben, entwickeln mit der Zeit eine unrealistische Vorstellung davon, wie attraktiv ihre eigene Partnerin sein sollte. Die soll nämlich mithalten, mit all den schönen Menschen, die die Männer in ihrem Alltag andauernd sehen – und schneidet im Vergleich häufig schlechter ab. Daraus resultiert tatsächlich ein nachgewiesenes höheres Scheidungsrisiko für Filmstars, aber auch für Lehrer und Professoren.



Auch deren Gattinnen können nämlich nicht mit den jungen Studentinnen mithalten.

Das ist ziemlich hart – und nur einer von vielen Belegen dafür, wie wichtig nicht nur das Aussehen, aber auch die Ansprüche an die Attraktivität des Partners für das Liebesleben sind. Gerade Männer wünschen sich zu großen Teilen eine Partnerin, die nicht nur gut, sondern sogar besser aussieht als sie selbst (so eine Umfrage von eDarling). Gleichzeitig bevorzugen immerhin 14 Prozent der Frauen einen Partner, der „wesentlich unattraktiver“ ist, als sie – dann müssten sie keine Angst haben, dass er sich eine andere sucht. So zeigt sich: Die Gleichung „je schöner das Date, desto besser für alle“ funktioniert nicht so einfach. Der eigene vermutete und reale soziale Wert muss zum Aussehen eines potenziellen Partners passen. So lernt man durch Erfahrung, durch Zurückweisung und Erfolge im Liebesleben, wo man steht – und sucht da, wo man eine realistische Chance auf Erfolg vermutet, um Zurückweisungen zu vermeiden und das eigene Selbstwertgefühl zu schützen. So erklärt sich, warum schöne Frauen häufig einsam bleiben, warum nicht die attraktivsten Menschen zu den meistkontaktierten der Dating-Seiten gehören. Ganz generell lässt sich aber sagen: Gute Chancen hat, wer jugendlich und gesund aussieht, ein möglichst symmetrisches Gesicht und glatte Haut hat. Also: mit rosigen Wangen, vollen und gut durchbluteten Lippen. Das deutet bei Frauen zudem auf einen hohen Östrogenanteil und damit Fruchtbarkeit hin. Auch das „Kindchenschema“ wirkt bei Frauen attraktivitätsfördernd, also hohe Stirn, große Augen – allerdings gebrochen durch ausgeprägte Wangenknochen, die kleine Kinder nicht haben.

Nicola Erdmann

Tipps fürs Profildfoto beim Online-Dating unter: youtube.com/liebeserklärer

Die fröhlichste Wäsche-
der WeltHeute schweben die Victoria's
Secret-Engel in Glitzer-Lingerie
über den Londoner Laufsteg

JULIA HACKOBER

Du bist zu ernst – zeig uns mal ein Lächeln mit Zähnen!“ Diese Aufforderung dürfte das Aus bedeuten haben für das junge Model, das doch so gerne zu den berühmten Victoria's Secret-Angels gehören wollte. Das Mädchen verkrampft daraufhin den Mund eher zur Heulstellung.

Das knallharte Casting-Video hat die Wäschefirma Victoria's Secret selbst ins Netz gestellt – wohl, um den Mythos rund um die berühmteste Unterwäsche-Parade des Planeten weiter zu bestärken: die Victoria's Secret Fashion Show. Und das Video fasst ziemlich eindringlich zusammen, warum es dabei geht: Um Spaß, um gute Laune, die zumindest für mitteleuropäische Gemüter manchmal an den Koks-Verdacht grenzt.

Victoria's Secret kann nicht jedes x-beliebige Model. Das ist auch dem deutschen Publikum spätestens seit Germany's Next Topmodel bekannt. Zu den Haute-Couture-Schauen nach Paris zu reisen, steht bei den Fernseh-Nachwuchsmo- dels selten ganz oben auf der Agenda; aber sprühgebräunt und mit angeschnallten Flügeln freudestrahlend Glitzer-BHs vorzuführen, davon träumen 16-Jährige.

Dass ein eigener Youtube-Kanal die Vorbereitungen für das Spektakel dokumentiert, gehört selbstredend zu der unfassbaren Vermarktungsstrategie, mit der die Reizwäsche-Firma mit Hang zum sehr, sehr offensichtlichen Sexappeal berühmt geworden ist. Allein die Idee, jedes Jahr einige sogenannte

Angels zu engagieren, also Models, die als Markenbotschafterinnen unterwegs sind, gehört zu den größten Werbe-Coups der Modebranche. Die Werbeerträge mit den Angels, die wirklich in jeder Kampagne, bei jedem Promotion-Termin auftauchen, sind mit siebenstelligen Beträgen dotiert – und garantieren quasi den Sprung in den „Model-Olymp“.

Man denke nur an Heidi Klum, die ihre Aufgabe als Angel so ernst nahm, dass sie schon sechs Wochen nach der Geburt ihrer jüngsten Tochter wieder auf dem Victoria's Secret-Laufsteg zu sehen war. Auch hier musste sie als perfektionistisches Über-Vorbild auftreten. Seither fühlen sich alle ebenfalls schwangere Angels verpflichtet, in kürzester Zeit nach der Geburt wieder einsatzbereit zu sein.

Heidi Klum ist überhaupt ein gutes Stichwort. Sie hat die Art des unkomplizierten, fröhlichen Sexappeals maßgeblich kultiviert, den die Veranstalter auch heute von den 50 Models während der Show erwarten. 20.000 Zuschauer werden im Londoner Earls Court Exhibition Centre begutachten können, wie viel Ausstrahlung die Models beim Luftküsse-Verteilen nun tatsächlich haben und wie oft mit

Daumen und Zeigefingern geformte Herzen in die Kameras gehalten werden. Dazu kommen noch einmal mindestens 9 Millionen Menschen, die sich die Übertragung eine Woche später, am 9. Dezember, zu Gemüte führen werden.

Klar: Eine Show mit 50 Bikini-mädchen plus weltberühmte Mu-



PHOTO BY KMAZU/WIREIMAGE; PHOTO BY DIMITRIOS KAMBOURIS (2); JILIANE HAHN/ABC/USA.COM

ANJA FRANCESCA RICHTER

Es gibt Gelegenheiten, bei denen es fatale Folgen haben kann, zu lügen. Der Besuch einer Victoria's Secret-Party gehört nicht dazu.

Hier lohnt es sich vielmehr, eine kleine Ausrede parat zu haben, um trotz fehlender Einladung zur selbigen in New York einmal Heidi Klum beim Burger essen oder Jay-Z beim Champagner schlürfen zuzusehen. Das ist ganz sicher nicht das Erstrebenswerteste im Leben, aber wie hat Oscar Wilde schon gesagt? „Versuchungen sollte man nachgeben, wer weiß, ob sie wiederkommen.“

Wie also kann es gelingen, trotz ausdrücklichen Anwesenheitsverbots für Journalisten bei der Party dabei zu sein? Auf die Gefahr hin, nie wieder eine Einladung

Schminken, pinseln, pudern
– und Heidi Klum
isst einen BurgerEin erlaubter Blick hinter die Kulissen
der Victoria's-Secret-Show und ein
verbotener Besuch der Party danach

des US-Wäscheherstellers zu bekommen, hier die kurze Erläuterung: Ideal ist es, wenn bereits eine Berichterstattung vom roten Teppich vor dem Club, in dem die Sause steigt, stattgefunden hat. Dann kennen die Sicherheitsleute bereits das Gesicht der Reporte-

rin und es ist einigermaßen glaubwürdig zu behaupten, dass ein Kollege seinen Kameradeckel im Club vergessen hat (Nicht die Kreativ-Idee des Jahres, aber sie sollte sich als erfolgreich herausstellen). Zum Glück hat es das Schicksal so gewollt, dass der Ar-

chitekt das Etablissement in Manhattan vor vielen Jahren – zumindest für meine Interessen – geschickt konzipiert hat. Der Eingangsbereich, aus dem es Presseleuten nicht gestattet war, sich zu entfernen, grenzt nämlich unmittelbar an die Toilettenräume, die wiederum unmittelbar zu dem eigentlichen Clubraum führen. Ein kurzer Besuch eben erwähnter Räumlichkeiten („Das ist doch wohl auch Journalisten erlaubt?“) plus ein kurzer Umweg, schon ist zu beobachten, dass Heidi Klum tatsächlich Fast Food verdrückt, Jay-Z durch bloße Anwesenheit ein cooler Hund ist und Kanye West am meisten Spaß hat mit Kanye West.



rade



Unterwäsche-Ikonen: Heidi Klum (ganz links), Naomi Campbell (in roten Flügeln), Alessandra Ambrosio und Adriana Lima (als Engel)

ein Samba-Tänzchen in Highheels hinlegen, hysterisches Gekicher inklusive. Der Frauentyp, der hier gefordert ist, reagiert eben tatsächlich auf jedes „Lach doch mal!“ mit einem strahlenden Lächeln und hat so ein großes Herz, dass man geistige Beschränktheiten schon mal verzeihen kann. Candice Swanepoel antwortete einst doch allen Ernstes auf die Frage, was sie von der etwas pummeligen Jessica Simpson halte: „Naja, es hat eben jeder einen unterschiedlichen Knochenbau.“

Dennoch ist das Angel-Dasein nicht zu unterschätzen; beim Casting alle Hürden zu nehmen, damit ist es nicht getan. Seit 2004, als man die offizielle Show wegen des kurz zuvor verunglückten „Superbowl-Nipplegates“ lieber ausfallen ließ, touren die Angels durch die Welt, um allenthalben zu beweisen, wie viel Spaß Unterwäsche machen kann.

Und so werden schon seit Monaten sämtliche Social-Media-Kanäle zu erweiterten Werbesprachrohren umfunktioniert. Selbst der Flug im Victoria's Secret-Jet zur Show wurde auf Instagram mit Bildern der gut aufgelegten Girls in rosa Schlafdeckchen hinreichend dokumentiert.

In diesem Jahr führen Adriana Lima und Alessandra Ambrosio die Modelriege an, mit 33 Jahren haben die beiden in ihrem Berufsfeld beinahe ein Methusalemalter erreicht. Vielleicht, weil es das letzte Mal sein könnte, dürfen Ambrosio und Lima in London die mit Diamanten besetzten, je zwei Millionen Dollar teuren „Fantasy-Bras“ vorführen. Dafür müssen die beiden allerdings auch besonders gut gelaunt sein während der Promotion-Tour, in Interviews fortwährend betonen, welch große Ehre ihnen mit ihrem

Job zuteil wird, und sich für den Victoria's Secret-YouTube-Kanal beim stundenlangen Seilspringen filmen lassen (würde man alle Fitnessstipps der Angels befolgen, könnte man bald selbst als Unterwäsche-Model auftreten).

Tatsächlich scheinen Lima, Ambrosio, Swanepoel und Konsorten ihre Teilnahme an den Victoria Secret-Shows als herausragende Lebensleistung zu bewerten. Im vergangenen Jahr wurde Jessica Hart – die mit der Zahnücke – gefragt, ob Taylor Swift nicht nur ein super Showact, sondern mit ihrer Modelfigur auch ein geeigneter Engel sei; nein, meinte Hart, schließlich habe Swift nicht, wie die „richtigen“ Models, jahrelang daraufhin gearbeitet, das nötige Selbstbewusstsein und die richtige Ausstrahlung zu entwickeln.

Wie auch immer man zu Taylor Swifts stets etwas steifen Gesangseinlagen stehen mag, dass Millionen verkaufter Platten im Vergleich zu Tanga-Auftritten gar nicht zählen, ist schon etwas bizarr.

Wohlgermerkt: Mit ihren geföhlten Lockenmähen und der Highlighter-glänzenden Haut können sich die „Angels“ so manches erlauben, sind sie doch nicht nur in der Modelbranche, sondern auch auf dem Datingmarkt äußerst gefragt. Adam Levine, Sänger der Band Maroon 5, wurde im Jahr 2013 zum „Sexiest Man Alive“ gekürt – kein Wunder, dass er gleich auf zwei Engel Anspruch erhob. Vor einigen Jahren war Levine mit der blonden Anne Vyalitsyna zusammen und trat gemeinsam mit dieser sogar auf der Victoria's Secret-Bühne auf (wie zuvor auch schon Heidi und Seal), inzwischen ist er mit Behati Prinsloo, etwas brünetter, verheiratet.

Was den Unterhaltungswert betrifft, ist die Victoria's Secret Show letztlich also eigentlich fast so etwas wie der Radetzky-Marsch beim Neujahrskonzert der Wiener Symphoniker. Wer sich auch das ganze Jahr nicht für Klassik interessiert hat, schaltet doch zum Mitkatschen am 1. Januar ein. Und wer von Mode eigentlich keine Ahnung hat, hält die Unterwäsche-Parade von Victoria's Secret für den Höhepunkt des Modejahres.

sik-Acts hat schon ihren Reiz.

In diesem Jahr werden Taylor Swift, Ed Sheeran, Ariana Grande und Hozier auftreten, allesamt mit deutlicher Charts-Erfahrung ausgestattet. Bei so viel Brimborium kann man schon mal erwarten, dass die Model-Anwärterinnen beim Casting

Viele Stunden zuvor geht es im Backstage-Bereich der Show turbulent zu, besonders am Buffet, von dem sich dem Klischee gerecht vor allem die Pressevertreter bedienen. Die Models sind folgerichtig alle dünn – selbst Heidi Klum, die damals erst wenige Wochen zuvor ihr viertes Kind bekommen hatte, Bauch und Beine aber trotzdem unter einem Berg aus weißem Tüll verstecken muss (Der Victoria's-Secret-Chef soll ja sehr streng sein). Es sollte dann auch ihr letzter Engel-Auftritt werden. Schade eigentlich, denn mein damaliger Chef schwärmte noch tagelang von Klums Ausstrahlung, die tatsächlich beneidenswert ist. Sollte die 41-Jährige wieder einmal ein Buch schreiben wollen: „Charisma für Dummies“ wäre ein treffender Titel.

Während Heidi Klum also die Presse bezirzt, kämpfen die übrigen Engel in ihren pinken Satin-Bademänteln mit Lockenwicklern, Lidschatten und Lippenstift. Ständig wird nachgeschminkt, nachgepinselt, überpudert.

Hinter den Kulissen der wohl glamourösesten Modenschau der Welt geht es ähnlich glamourös zu wie in einem Beauty-Salon in Buxtehude – auch bei Victoria's Secret föhnen die Friseure nur mit heißer Luft. Einziger Unterschied: Das stundenlange Zurechtmachen würdigt später ein Millionenpublikum vor Fernsehern in aller Welt, während es sonst nur 43 der 357 Freunde auf Facebook sowie zwei Bauarbeiter auf dem Weg nach Hause tun. Und die BHs exklusive Flügel kosten nicht 60 Euro, sondern sechs Millionen.

Im Backstage-Bereich der Show ist entsprechend alles so Fake wie im Vormittagsprogramm von RTL – für diejenigen, die noch anderes geglaubt hatten. Die Haare der teils sehr sympathischen Models (Hallo, Julia Stegner!) werden erst durch Extensions voll, die Wimpern erst durch Verlängerungen lang, der Busen erst durch Airbrush prall. Die deshalb wohl leichterdste Erkenntnis für den weiblichen Teil der Journalisten (und die enttäuschendste für den männlichen): Auch die Models von Victoria's Secret sind nicht vollkommen. „Das macht alles so viel einfacher“, sagt eine italienische Journalistin. „Dann brauchen auch wir normalen Frauen nicht mehr vorzugeben, perfekt zu sein.“ Recht hat sie: Keine Lügen mehr – nur zu besonderen Gelegenheiten.

„Am Wochenende ist es hier wie im Kasperletheater“

Boutique-Besitzerin Basedahl über Dessous

SIMON BERG

Im Hamburger Stadtteil Ottensen gibt es seit September 2007 das „B. Sweet“. Als Geschäft für süße Schokoladensünden gegründet, verkauft Birgit Basedahl inzwischen hauptsächlich Dessous. Die sorgsam ausgewählten Stücke und offene Umgangsweise haben den Laden zu einer festen Adresse und Basedahls Kundinnen und Kunden zu Wiederholungstätern gemacht. Im Interview erzählt die Gründerin und Geschäftsführerin von den Vorlieben der Männer, den Trends des Winters und der Schönheit der Frauen.

DIE WELT: Frau Basedahl, wenn man sich den Hype um die Victoria's-Secret-Show ansieht, dann kann man leicht denken, dass das Geschäft mit feiner Frauenunterwäsche gut läuft. Wie sieht es bei Ihnen aus?

BIRGIT BASEDAHL: Ich kann mich nicht beklagen, und ich hätte mir vor ein paar Jahren auch nicht vorstellen können, dass es hier in Ottensen so gut laufen könnte. Es ist ja schon ein eher alternativer Bezirk – aber Sie wären überrascht, wenn Sie wüssten, was sich unter so manchem weiten Wollpullover verbirgt.

Was verbirgt sich da denn in diesem Winter darunter?

Im Winter haben wir traditionell immer gedecktere Farben im Angebot. Es ist ja auch die dunkle Jahreszeit. Wir haben satte Bordeauxtöne, aber auch violette, in Richtung Aubergine gehende Färbungen und natürlich schwarze Modelle. Bei Schnitten und Verarbeitung setze ich Schwerpunkte bei feinen und nicht zu aufdringlichen Schnitten – das mögen auch die Herren lieber.

Wie sehen die Träume der Männer aus?

Männer gefällt etwas Schwarzes am besten. Es sollte nicht zu wild sein, Spitze ist süß und durchsichtige Elemente sind gewünscht. „Push“-BHs sind nicht so beliebt, die habe ich auch gar nicht im Angebot – man möchte ja die Partnerin fühlen und kein Stoffkissen.

Wie oft kommen Männer zu Ihnen ins Geschäft?

Jetzt kommen sie natürlich verstärkt, und sonst ist das Verhältnis ungefähr 80 zu 20. Also 80 Prozent Frauen. Am Wochenende nehmen die Damen auch gerne ihre Partner mit, dann ist das hier wie Kasperletheater: Der Vorhang geht auf, und dann gibt's ein großes „Ah“ und „Oh“.

Sie haben keinen Online-Shop und kein Versandgeschäft. Haben Sie Angst, dass Ihnen so Einnahmen verloren gehen?

Nein. Wie Schokolade sind Dessous eine sinnliche Angelegenheit. Ich denke, dass ich den Bedürfnissen meiner Kundinnen und Kunden in meinem Geschäft am besten gerecht werde. Wir setzen einen hohen Wert auf gute Beratung, und da wir selbst bei Männern nur eine ungefähr fünfprozentige Rücklaufquote haben, glaube ich, dass wir mit unserer Gewichtung vollkommen richtig liegen.

Was ist Ihnen so wichtig an der Beratung?

Ich denke, dass Frauen die schöne Unterwäsche tragen, eine bestimmte Attitüde besitzen. Sie gehen anders. Das gilt ja nicht nur für Dessous. Wenn ein Mann einen schicken Anzug trägt, fühlt er sich auch sicherer. Bei feinen Dessous ist es aber noch einmal was anderes. Das Gefühl kennen nur Frauen, ich kann ihnen Sicherheit geben. Jede Frau hat etwas Schönes an sich, und meine Aufgabe ist es, jede Frau in ihrem besten Licht zu zeigen.

Wie helfen Sie Männern, die auf der Suche nach einem Geschenk sind?

Also das Wichtigste ist, dass Männer zumindest die Größen ihrer Partnerin kennen. Wenn jemand mal nicht die Größen kennt, dann schicke ich ihn vorerst wieder nach Hause. Aber das ist selten geworden. Meistens wissen die Herren genau, was ihrer Liebsten steht und was nicht. Bei unsichereren Partnern hilft ein Gespräch, und meis-



Birgit Basedahl



Dessous mit Stil und Sexappeal

tens klappt das gut. Und dann habe ich auch noch ein Buch für meine Kundinnen, in denen ich vermerke, welche Schnitte und Farben besonders gut aussehen. Kommt dann der Mann vorbei, hilft der Blick in das goldene Buch im Ledereinband, und alle sind glücklich.

Was erwarten Sie fürs nächste Jahr?

Also stilistisch wird es wieder bunter, aquarellartige Blautöne und petrolfarbene Entwürfe habe ich bereits vorbestellt. Außerdem verkaufe ich seit dem vergangenen Jahr auch Bademode, darauf möchte ich noch stärker meinen Fokus richten. Und wir nehmen eine weitere Körbchengröße in das Sortiment auf. Wir backen keine Riesenbrötchen, aber ein paar Brötchen backen wir schon.