

76 Tage verbringt eine Frau mit Wühlen

Handtasche Seelenspiegel,
Modetag, Schwarzes Loch: neue
Forschung zum weiblichsten
Requisit. Von Regina Voges

Wie sieht es in einer der berühmtesten Handtaschen der Welt aus? Ein Buchautor will es herausgefunden haben: An einem königlichen Unterraum baumeln – elegant verpackt – ein paar von Kinderhand gebastelte Glücksbringer, ein Döschen mit Minibonbons, einige Hundeküsse, ein Kreuzworträtsel, ein Füller, ein kleiner Spiegel, ein winziger Terminkalender, eine Lesebrille und ein silbernes Schminkkästchen – Letzteres ist ein Verlobungsgeschenk. Die Liste ist eigentlich streng geheim. Nicht ganz zu Unrecht, lässt sie doch tief blicken. Denn was Frau mit sich herumträgt, ist mindestens genauso verräterisch wie ihre Körpersprache, ihr Wohnraum, ihre Unterwäsche oder ihr modischer Stil.

In diesem Taschen-Fall fällt aber noch mehr auf – die Trägerin wählt zum einen seit Jahrzehnten immer die gleiche Form von immer derselben Manufaktur: zeitlos, makellos verarbeitet und stets der jeweiligen Garderobe farblich angepasst. Verräterisch ist aber, was nicht in der Tasche steckt: weder Geld noch Schlüssel noch Pass – die Utensilien, ohne die eigentlich niemand aus dem Haus geht. Die Tasche gehört der Queen.

Alexander von Schönberg, durch seine Frau um mehrere Ecken mit der britischen Königin verwandt, listete die Unentbehrlichkeiten der Monarchin in seinem Buch „Was Sie schon immer über Könige wissen wollten...“ auf. Dabei erfährt man einiges über die Queen: Sie scheint traditionsbewusst (Füller) zu sein, konservativ (Taschenform), langweilt sich manchmal (Kreuzworträtsel), sie ist tierlieb (Hundeküsse), ein wenig abergläubisch (Glücksbringer), mäßig eitel (kleiner Spiegel), schwach (Lesebrille) und wahrscheinlich immer noch verliebt (Verlobungsgeschenk).

Ob Alexander von Schönberg wirklich einen Blick in die royale Handtasche werfen durfte, kann er allerdings nicht belegen. Die offizielle Inhaltsangabe, ausgegeben von der Pressestelle des Buckingham Palastes im Jahre 2004, nennt nämlich nur drei Dinge: Kamm, Taschentuch, Lippenstift.

Frauen und ihre Handtasche – das ist ein etwa 500 Jahre altes Thema. Dieses Accessoire passt sich den Zeiten an wie ein Chamäleon. Mal groß, mal klein, zum Umhängen, zum Unter-den-Arm-Klemmen, mal als Rucksack, als unförmiger Beutel oder geschrumpfte Reisetasche. Die Handtasche ist Büro, Medienzentrale, Schönheitssalon, Nähstübchen, Erste-Hilfe-Kasten, Gedenkstätte.



Der Inhalt einer Handtasche lässt tief blicken. Deshalb wird er oft streng gehütet.
Füller 3x2, dpa (3), Zwergglocke (2)

Die Mehrfachfunktionen machen die Handtasche unübersichtlich, weshalb ständig in ihr gesucht wird.

35 verschiedene Dinge sollen sich laut einer britischen Studie im Durchschnittsmodell befinden, und 76 Tage ihres Lebens verbringt eine Frau angeblich damit, nach einem jener 35 Utensilien zu suchen. Das hört sich nach enormen Zeitverlusten an und scheint das männliche Klischee von der ewig in den Tiefen ihrer Beutel wühlenden Gefährtin zu bestätigen. Rechnet man einmal nach, ist die Bilanz gar nicht so schlimm: Bei einer statistischen Lebenserwartung von 82 Jahren und etwa 68 handtaschenfähigen Jahren nimmt das ständige Kramen nicht einmal fünf Minuten pro Tag in Anspruch. Das müsste noch auszuhalten sein.

An ihrer Lieblingstasche lasse sich nicht nur erkennen, wie gut oder schlecht eine Frau organisiert ist, behauptet der Münsteraner Psychologieprofessor Alfred Gebert. Das Transport-Accessoire verrät nach seiner Beobachtung so manche Charaktereigenschaft.

Die Spontane liebt die Beuteltasche, die Powerfrau zieht mit einem eckigen Modell à la Aktenkoffer durchs Land, der geräumige Shopper spricht für Selbstbewusstsein, die elegante Ledertasche mit vielen Fächern wird von Perfektionistinnen gewählt, riesige Formate attestieren einen leichten Hang zum Chaos, während Träumerrinnen eher winzige Taschen bevorzugen und Abenteuerlustige sich den Rucksack auf den Buckel schnallen. Die Typologie hat allerdings ihre Tücke, begnügt sich Frau doch

keineswegs mit einem Modell. Mindestens zwei Exemplare nennt sie ihr Eigen, meistens sind es fünf bis sechs, die je nach Stimmung, Anlass oder Garderobe ausgewählt werden und der Besitzerin mehr oder weniger ans Herz gewachsen sind. Italienerinnen, die ständig „bella figura“ machen müssen, sollen sogar zwischen zwanzig und sechzig Borse e Borsette – Taschen und Täschchen – in ihren Schränken horten.

Klar: mit Vernunft hat das nichts zu tun, sehr wohl aber mit Emotionen. Welch intensive Beziehung Frauen zu ihren Lieblingstaschen pflegen, hat die Kulturwissenschaftlerin Margarete Meggle-Freund bei der Recherche für ihre Magisterarbeit festgestellt. Sie hat im Münchner Pundbüro 31 Frauen interviewt, die den Verlust ihres besten Stücks melden mussten. Dabei hat sie festgestellt, dass kein Tascheninhalt dem anderen gleicht – abgesehen von einer „GSA“-Grundausstattung: Geld, Schlüssel, Ausweis. Der Rest sei dagegen Ausdruck der jeweiligen Individualität und der Fähigkeit zur Improvisation im Alltag. Mar-

garthe Meggle-Freund: „Es ist eine weibliche Tugend, offen auf sein Gegenüber einzugehen und die eigene Rolle den wechselnden Situationen flexibel anzupassen. Die Handtasche enthält dazu einen Fundus nötiger Requisiten.“

Wenn dieser Fundus bedenklich anwächst, tritt Rosanna Pierantognetti auf den Plan. Die Marketingspezialistin beschäftigt sich seit zwanzig Jahren ebenfalls mit der Handtasche und ihrem Inhalt als Charakter- und Seelenspiegel. Hin und wieder beweist sie vor laufenden Kameras und bei PR-Aktionen ihre frappierenden analytischen Qualitäten: Treffsicher kann sie aus einer Handtaschenansammlung das jeweilige Modell ihrer Besitzerin zuordnen.

Rosanna Pierantognetti belässt es nicht bei der Psychodiagnose, sondern rät – immer mit einem Augenzwinkern – auch zur Therapie. „Wenn es in einer Tasche total chaotisch aussieht, schlage ich vor, mal gründlich aufzuräumen. Denn wer den Inhalt seiner Handtasche im Griff hat, der hat auch sein Leben gut im Griff“, ist sie sicher. Frauen dagegen, die nur wenige schlichte, edle Dinge in ihrer Tasche versammeln, müssten ihre feminine Seite stärker betonen. „Ihnen sage ich: Packt doch mal etwas Weiches, Rundes ein, ein Plüschtier zum Beispiel.“ Andere wiederum zeigten sich „extrem zugeknöpft“. Sie wählen Taschen mit vielen Seiten- und Innenfächern, krampfhaft darum bemüht, dass kein fremder Blick den Inhalt erfassen könne. Das weise auf Ängstlichkeit und mangelnde Risikobereitschaft hin, meint die Hobbypsychologin. Diesen Frauen gibt sie den Rat, das Leben doch etwas lockerer zu nehmen, etwas auch mal laufen zu lassen, nicht immer alles unter Kontrolle haben zu müssen.

Spitzenpolitikerinnen sieht man in offizieller Mission immer häufiger ganz ohne: Sie lassen tragen, was ihnen wichtig ist. Kein Beuteltier zerstört die Anzugshouette von Hillary Clinton oder Angela Merkel. Die ehemalige US-Außenministerin Condoleezza Rice warf als eine der Besten das typische weibliche Accessoire über Bord, um besser auf dem immer noch von Männern dominierten Politikparkett ernst genommen zu werden. Margret Thatcher dachte da noch ganz anders: Wo immer die Eiserne Lady ihre Handtasche auf den Konferenzstisch knallte, wussten ihre Verhandlungspartner: Jetzt wird Tacheles geredet. Die Engländer verdanken ihr den Begriff „handbagging“ – was so viel heißt wie „abkanzeln“.

HANDTASCHEN MIT KULTURSTATUS

Kelly-Bag kreiert wurde die Kelly-Bag (Foto) von Hermès als Utensilienkoffer für Herrenreiter kreiert, in den 1930er Jahren kam sie in Damenform heraus. Als kleine Tasche mit Tragegarn kam sie 1935 auf den Modemarkt, doch erst zwanzig Jahre später machte Grace Kelly sie berühmt. Einstiegspreis heute ab circa 3800 Euro.

Chanel Der Klassiker Chanel 2.55 wurde von Coco Chanel

1955 entworfen. Das burgunderrote Innenfutter ist eine Reminiszenz an ihre Schuluniform. Der Einstiegspreis liegt bei circa 2500 Euro.

Birkin Sie ist eben falls von Hermès und wurde 1984 vom Filmchen Jean Louis Dumas während eines Fluges

mit der Sängerin Jane Birkin grob skizziert. Seither fehlt sie oft: Das Ex-Spice-Girl Victoria Beckham besitzt angeblich hundert verschiedene Ausführungen, ihre Sammlung soll 1,7 Millionen Euro wert sein. Einstiegspreis für die Birkin: etwa 4800 Euro.

Baguette Sie wurde von Silvia Fendi 1998 kreiert und ist dank der TV-Serie „Sex and the City“ eine Designkone. Einstiegspreis ab 600 Euro, vog



Was es sonst noch gibt

Die Vielfalt des Schuhwerks auf Gemälden des Louvre – Zeigt her eure Füße, zeigt her eure Schuh



Es gibt sie mit Riemen und Schleifen, Holzsohlen und Kufen, sie können geflochten, genäht und bestickt sein. Schuhe sind nicht nur nützliche Kleidungsstücke, sondern waren häufig auch Ausdruck von Status und Mode. Deshalb hat sich die Edition Lammerhuber einem zwar speziellen, aber durchaus spannenden Aspekt gewidmet: „Gemalte Schuhe“ nennt sich ein schweres, aufwendiges Buch über die Schuhe, die auf Gemälden des Louvres zu sehen sind. Obes Pantöffelchen sind von Eugène Delacroix oder die eigenartigen Ledersandalen von Andrea Mantegna oder die bunten Socken

aus dem 15. Jahrhundert von Bernardino da Parneto (Foto), die vielen Modelle spiegeln nicht nur gesellschaftlichen Status wider. Die großzügigen Bildausschnitte erzählen auch einiges über die Malerei, die sich dem Schuhwerk mit Akribie und Liebe fürs Detail widmete, wobei eines klar ist: auch bei Kriegerern oder Bauern, auf die Bilder durften stets nur saubere Schuhe.



Margo Glantz, Catherine Bélanger, Lothar Lammerhuber: Gemalte Schuhe. Edition Lammerhuber, Baden, 75 Euro.

Runder Handstaubsauger – Wie eine Teekanne

Jeder macht Schmutz, krümelt, bröckelt, fusselt. Ordentliche Menschen greifen beim kleinen Schmutz zwischen durch zum Handstaubsauger. Die meisten Modelle sind allerdings schnell schon überfordert, weil sie nicht die nötige Saugkraft besitzen. Der „orb-it“ von Black & Decker will mehr: Er ist klein, aber voll in seinen Funktionen größeren Staubsaugern Konkurrenz machen. Geschlossen hat das Gerät einen Durchmesser von 13 Zentimetern und passt damit in die Handfläche. Wenn Saugdüse und Griff ausgeklappt sind, erinnert der „orb-it“ an eine Teekanne. Er verfügt über einen Saugaufsatz für Polster, der Lamellen-Feinfilter kann abgenommen und unter fließendem Wasser gereinigt werden. Und damit er sich auch ästhetisch ins Ambiente einfügt, gibt es den „orb-it“ in sechs verschiedenen Farben.



orb-it, 59,90 Euro bei 4,8 Volt, 99,95 Euro bei 7,2 Volt, www.blackanddecker.de

Blüten aus Ferrofluid – Wunder der Natur

So schaut das ideale Geschenk für experimentierfreudige Menschen aus. Ferrofluid ist eine schwarze, leicht glibberige Masse. Auf der Haut und auf Kleidung hinterlässt sie böse Flecken, in einem entsprechenden Gefäß oder unter Zuhilfenahme eines Magnets kann man aber wahre Wunder mit Ferrofluid erleben. In der Flüssigkeit befinden sich nämlich winzige ferromagnetische Teilchen, die auf Magneten reagieren, wodurch die tollsten Figuren entstehen, blütenähnliche Formationen und gleichförmige Strukturen, die sich mit etwas Geschick sogar in Bewegung setzen lassen. Je stärker das Magnetfeld ist, desto dichter und spitzer werden diese Gebilde. Je mehr Ferrofluid man hat und je stärker der Magnet ist, desto größere werden die Figuren, die sich aus der Flüssigkeit formen. Das Ferrofluid wird in einem Fläschchen geliefert samt Pipette, damit man die Flüssigkeit nach der Benutzung wieder aufsaugen und in die Flasche füllen kann. Dabei sollte man Schutzhandschuhe tragen.

Ferrofluid, circa 10 ml, 19,95 Euro, www.monsterzeug.de

Werkbuch für Kinder – Wo der Hammer hängt

Kinder können ihre Freizeit wohlweise vom Computer, der Playstation oder dem Fernseher verbringen. Oder aber sie „hämmern“. Sagen. Schrauben“. So nennt sich eine ausführlich bebilderte Anleitung für kreative Heimwerker von morgen. Das schöne Buch gibt leicht verständliche Tipps, wie man mit einfachen Materialien schöne Dinge basteln und bauen kann – zum Beispiel einen Brillerständer aus einem Stück ummanteltem Draht oder ein Mini-Minigolfspiel aus Ton. In der Rubrik Elektro findet sich die Anleitung für einen Holzwagen mit blinkendem Blaulicht, im Kapitel Recycling erfährt man, was sich mit einem alten Flaschenverschluss so alles anstellen lässt. Ob man eine Berggondel oder ein Katapult baut, die Erläuterungen sind knapp und gut verständlich und machen Lust, auch mal selbst anzupacken.



Eva Hauck, Claudia Huboi: Hämmer. Sagen. Schrauben. Für Kinder von 5 bis 13 Jahren, 24,90 Euro, Haupt Verlag

Adrienne Braun



Macht hoch die Tür!

Kundenschaft. Das sogenannte Customer-Relationship-Management weiß Dinge vom Konsumenten, auf die er selbst nie kommen würde.

Jetzt habe ich mal wieder nichts zu essen im Haus. Dabei war ich sogar einkaufen, bin aber mit leerer Tasche vom Gemüsehändler zurückgekommen. Denn es hat niemand nachgefragt. Hätte die Verkäuferin mich ermuntert, ob es noch etwas anderes sein darf, dann hätte ich nicht nur halbwesige Kartoffeln und Karotten gekauft, sondern vielleicht auch Kumpquats und Pitahaya, Tamarillo, Okras und Yams, Schneckenklee und Platterbren. So aber sagte die Verkäuferin „macht 1,46 Euro“. Deshalb habe ich jetzt nichts als eine einzige Aubergine im Haus.

Man staunt schon, wie sich der Einzelhandel seine Kundenschaft vorstellt. Zahllose Experten analysieren ständig Kaufverhalten und Kaufentscheidungsverfahren. Bei Amazon haben sie dabei herausgefunden, dass ich die ideale Leserin wäre von „Kein Rindvieh – bloß kein Rindvieh“. Und von „Willi Vampir in der Schule“.

Das sogenannte Customer-Relationship-Management reagiert präzise auf Wünsche und Verhalten der Kundenschaft. Zum Beispiel: Samstagvormittag Familie Haselhuber aus Walschleben fährt nach Stuttgart rein, steht erst im Stau, dann in der Schlange vor dem Parkhaus. Als man sich durch die Massen bis zum Kaufhaus geschoben hat, sagt Vati Haselhuber: „Schluss. Aus. Ende. Wir fahren wieder heim. Sollen wir als Kunden etwas selbst die Türe aufmachen?“

Deshalb dürfen Geschäfte keine Türen haben. Deshalb muss auch bei Schnee und Eis alles offen bleiben und die Fußgängerzone mitgeheizt werden. Weil sonst niemand etwas kaufen würde. NIEMAND!

Payback-Karte?

Der typische Dieb im Supermarkt würde übrigens nie Guden im gewürzten Essig-Kräuter-Sud stehlen. Oder eine Pulle Walporzheimer Klosterberg in der Jacke verschwinden lassen. Er stiehlt nur Flachware, Schnittkäse pikant. Oder Fleischwurst aufschneidet. Dieses Diebsgut versucht er grundsätzlich im Einkaufswagen an der Kasse vorbeizuschmuggeln – und zwar unter der Einkaufstasche. Das haben die Forscher herausbekommen.

Der Mann, der dieser Tage vor mir an der Kasse stand, hätte in seinem Einkaufswagen allerdings nicht mal mehr Platz für eine Tasche gehabt. Er war randvoll beladen mit Kaffee, Gefriergetrockneten Instantkaffee für Kannenbrühe. Als er den Preishörte, lächelte er fast aus den Latschen. „Aber der ist doch im Sonderangebot“, sagte er. „Ja“, meinte die Verkäuferin, „aber erst morgen.“