

Inhaltsverzeichnis

1 Für alle (Stein-) Zeit bereit

| | |
|---|---|
| Die Perspektive der Evolutionspsychologie | 1 |
| Umwelt und Individuum | 3 |
| Die Suche nach den evolutionsbedingten Bauplänen | 7 |

2 Bei welchen Stärken der Männer werden Frauen schwach?

| | |
|---|----|
| Der »Paarungswert« entscheidet! | 14 |
| Status | 16 |
| Physische Merkmale | 18 |
| Verhaltensmerkmale | 21 |
| Emotionales Engagement | 22 |
| Ist die ungleiche Machtverteilung »schuld«? . . | 23 |
| Das Partnerwahl-Paradoxon | 25 |

3 Gesucht: Der Traumpartner

| | |
|---|----|
| Die Vorzüge der Frauen | 34 |
| Was Frauen bei Männern mögen | 37 |
| Gesund ist schön | 39 |
| Buhlen: Wettbewerb um die Gunst der/des Auserwählten | 40 |
| Eifersucht bei Frau und Mann: | |
| Der kleine Unterschied | 44 |

| | |
|---|----|
| Traum- und Realpartner: Ein Vergleich der Wünsche von Frauen und Männern | 48 |
|---|----|

4 Gleich und gleich gesellt sich gern

| | |
|--|----|
| Ein Versuch zur Vorhersage der Sympathie | 55 |
| Was macht jemanden sympathisch? | 60 |
| Erkundung der Sympathiekriterien | 62 |
| Was fällt Dir da ein? | |
| Erhebung der Assoziationen | 69 |
| Magst Du bei Unbekannten Deine Seelen- verwandte lieber als die Andersdenkende? | |
| Die Begegnung mit zwei Extremtypen | 74 |
| Sympathische Bekannte: | |
| Ein Herz und ein Hirn? | 78 |
| Entscheidend ist das Aussehen | 80 |

5 Warum fürchten die Männer Pfarrerin B?

| | |
|--|-----|
| Attraktivität und Kontext | 85 |
| Attraktivität und Sympathie | 86 |
| Attraktivität und vermeintliche Leistungsfähigkeit | 87 |
| Zur Bedeutsamkeit der Attraktivität | 88 |
| Exkurs in die Sexualmedizin: | |
| Die weibliche Brust in der Kulturgeschichte | 91 |
| Zeitgeist, Attraktivität und Fetisch | 93 |
| Die protestantische Ethik und der maßgeschneiderte Körper | 98 |
| Pfarrerin B: Im Talar eine andere als am Badensee? | 101 |
| Wie wirkt Frau B? | 103 |
| Zwischen Attraktivität und Gewissen | 109 |

6 Wirksam werben

| | |
|--|-----|
| Bekanntschafsanzeigen | 115 |
| Sind Kontaktanzeigen entwürdigend? | 118 |

| | |
|--|-----|
| Die Vermarktung der Ware Mensch | 120 |
| Die Zielprojektion in den Anzeigen: | |
| Erträumte Vertrautheit bei realer Fremdheit | 122 |
| Der Zwang der Anzeigen zur Verbalisierung des Nonverbalen | 123 |
| Bekanntschaftsanzeigen als Forschungsobjekt | 125 |
| Große Männer und leichte Mädchen | |
| – beliebte Stereotypen | 127 |
| Blondinen bevorzugt? | 129 |
| Weh dem, der sein Licht unter den Scheffel stellt! | 129 |
| Guck mal, wer da inseriert! | 134 |
| Damenwahl – Wer will denn schon den Kater im Sack? | 135 |
| Geschlechtsspezifische Werbestrategien in Kontaktanzeigen | 137 |
| Wirksam werben: Worauf es ankommt | 151 |
| Wer wirbt wo und womit? | 152 |
| Wer gefällt? Die Aufklärung der Präferenz | 160 |

7 Das erste Mal

| | |
|--|-----|
| »Drehbücher« in unseren Köpfen | |
| zum ersten Rendezvous | 169 |
| »Regieanweisungen« der Benimmliteratur | 170 |
| Empfehlungen an Männer | 171 |
| Empfehlungen an Frauen | 173 |
| Weitere Ratschläge | 177 |
| Amerikaner küssen früher als Engländer | 179 |
| Was erwartet man von einer Frau und was von einem Mann? | 180 |
| Wie verläuft ein erstes Rendezvous? | 183 |
| Welche Perspektiven zeigen die »Drehbücher«? | 185 |
| Typisch weiblich – typisch männlich | 189 |

| | |
|---|-----|
| 8 An der Nase herumgeführt | |
| Die Welt der verführerischen Körperdüfte | 195 |
| Der Duft der Frau | 196 |
| Geruchserkennung | 201 |
| Liebe in der Luft | 203 |
| Die Chemie muß stimmen! | 206 |
| Alle Düfte Arabiens | 209 |
| 9 Ich sehe mich – Ich sehe Dich – Ich sehe, wie Du mich siehst | |
| Zeichen der Stabilität einer Partnerschaft | 213 |
| Welche Art von Ähnlichkeit führt zur Stabilität? | 214 |
| Dominant, kontaktfreudig und leistungs- orientiert: Erhebung der Sichtweisen | 221 |
| Zwei Monate später | 228 |
| Bin ich so, wie ich meine, daß mein Partner mich sieht? | 230 |
| 10 Ausblick | |
| Stammesgeschichte, gelebt in der heutigen Massengesellschaft | 233 |
| Danksagung | 239 |
| Literatur | 241 |
| Bildnachweis | 253 |