

I AM  
**IN**  
INTERNATIONAL  
INTELLIGENT  
INDIPENDENT

Für die einen ist sie das dumme Blondinchen, für die anderen eine Fashion- Ikone, doch eines ist sie ganz sicher: Sie ist ein ganz großes Stück Kulturgeschichte

von Joanna Puzik



**Barbie INTERNATIONAL:**

## MIT DEM **PINKEN PASS** RUND UM DIE WELT

Die Barbie- Gesellschaft ist so bunt und verschieden, wie auch in der realen Welt. Einzigartig ist die Sonderedition „Dolls off he World“. Alle Jahre wieder gibt Mattel, für die großen Barbie- Liebhaber, Sammlermodelle heraus. Dabei reicht die Vielfalt von Prinzessinnen aus europäischen Königshäusern, über die ersten Siedler in Amerika, bis hin zu einer Vielzahl von Puppen, die eine Nation, in typischer Volkstracht darstellen. Auf der Verpackungsrückseite erfahren Kollationiere in verkürzter Form interessante Aspekte über das repräsentierte Land und dessen Traditionen. Neuesten Zuwachs bekam die Serie 2013 von einer Kanadischen Nationalparkbarbie, der Neuauflage einer ma-

rokanischen Schönheit und einem Londoner Fashiongirl mit Regenmantel und Union-Jack-Schal. Den Brexit konnte diese United Kingdom- Edition zwar nicht verhindern, zeigt aber ein frisches und modernes Abbild der Inselnation. Es handelt sich natürlich um eine stereotypische Darstellung der Frauen in aller Welt. Für Volkskundler und Geschichtsjunkies sind allein diese, wenn auch vereinfachten Nationen- und Identitätsbilder ein unsagbares Zeitdokument dessen, wie Länder, ihre Traditionen und ihr Frauenbild in Form einer Barbie- Puppe Einzug finden in die Kinderzimmer und Köpfe unserer Kinder.

Ganz nach dem Firmenmotto:

„DU KANNST ALLES SEIN“,

zeigt sich Barbie als Model, als Mami, als Kassiererin, Ärztin, Stewardess, Astronautin und sogar als US. Präsidentin und Rockstarprinzessin. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Mädchen sollen von klein auf darin bestärkt werden, dass Karriere, ja sogar das „Prinzessin-Sein“ kein Kleinmädchentraum bleiben muss. Diesen Kerngedanken der Barbie Erfinderin Ruth Handler versucht Mattel stetig weiter zu entwickeln. Eine der aktuellsten Marketing-kampagnen spannt sogar die Väter ein und wirbt für „Daddy-Daughter-Time“.



**INTELLIGENT**

„Barbie verkörpert seit jeher, dass Frauen eine Wahl haben“

Ruth Handler - Barbie Creator

## INDIPENDENT **INDIVIDUELL** ist das neue **PINK**



Man mag Barbie als oberflächlich und übernatürlich ansehen, mit ihren unnatürlichen Körpermaßen und dem ständigen Dauerlächeln. Viele erinnern sie noch heute an das überperfekte Frauenbild der 50er Jahre.

Doch so ganz stimmt das nicht. Was Viele heute nicht wissen, Barbie wurde nach dem Vorbild einer deutschen Werbepuppe entwickelt. Die so genannte „Bild-Lili“ hatte ihren Ursprung in der Comicvorlage des Zeichners Reinhard Beuthien und ging ab 1955, wegen ihrer großen Popularität in die Spielzeugproduktion.

Lili war eine junge, selbstbewusste Frau, die mit frechen Sprüchen und ihrem sexy Auftreten die Männerwelt durcheinanderbrachte. Die Werbepuppe der Bild-Zeitung war deshalb bewusst als Geschenk für erwachsene Frauen gedacht gewesen.

Ruth Handler, die Schöpferin von Barbie dachte noch einen Schritt weiter, sie wollte das kleine Mädchen, wie ihre eigene Tochter Barbara durch eine erwachsene Puppe ihren eigenen Lebensweg entwerfen und die Rolle der Frau an sich in Frage stellen konnten, ohne durch Babypuppen an die Rolle der Mutter gebunden zu sein. Daraus entwickelte sich der Slogan: „Du kannst alles sein“.

Im Laufe der Jahrzehnte unterlag Barbie, wie auch das Frauenbild selbst, vielen Veränderungen. „Damit reagiere man auf die sich ständig wechselnden Trends“, so der Chefdesigner Robert Brest von Mattel. Man sei bemüht, dass jedes Mädchen die passende Puppe zu ihrem Leben habe. Heute existieren so viele Serien von Barbie, dass Eltern lange suchen müssen, bevor sie wissen, welche Puppe am besten zum eigenen Kind passe.

Die Auswahl ist riesig, von der märchenhaften Meerjungfrau mit Glitzerflosse und lila Haaren über die Rockstarprinzessin und Gruselmonsterpuppen, bis hin zur Fashionistas- Barbie. Letztere sind entgegen aller Vorbehalte an Barbie, ein Stück menschlicher. Angefangen bei den lebensnahen, kurvigen Proportionen der Puppen, sind alle Haar und Hauttypen vertreten. Die Fashionistas sind top gestylt mit Accessoires und allem Drum und Dran. Sie gleichen aber vielmehr dem Modegeschmack der heutigen Jugend als dem pinken Farbtropfen der typischen Barbie-Linien. ■