Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Herausgeber: Pro Senectute Schweiz
Band: 87 (2009)
Heft: 4

Artikel: Karriere im Kinderzimmer
Autor: Honegger, Annegret
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-723589

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Karriere im Kinderzimmer

Barbie, die berühmteste Blondine der Welt, wird fünfzig Jahre alt. Ihre Geschichte ist ein Spiegel der Zeit, eine Reise durch die Trends in Mode und Gesellschaft der letzten Jahrzehnte.

Von Annegret Honegger

Millionen von Mädchenherzen schlagen höher, wenn sie unter dem Weihnachtsbaum liegt: Barbie! Barbie, die mit vollem Namen Barbie Millicent Roberts heisst und aus der Ortschaft Willows im US-Bundesstaat Wisconsin stammt, ist zwar nur 29,2 Zentimeter klein, hat aber eine gigantische Karriere gemacht. Dieses Jahr wird sie fünfzig – völlig faltenfrei und jünger denn je.

Die Kultpuppe war bereits in ihrem Geburtsjahr Gesprächsthema Nummer eins an der New Yorker Spielzeugmesse im März 1959. Denn das hatte es noch nie gegeben: eine Puppe, die deutlich erkennbar eine erwachsene Frau darstellt und mit ihrem gestreiften Badeanzug, dem knallroten Mund und den geschwungenen Augenbrauen kokett zur Seite blickend den damaligen Hollywood-Stars glich. Welch ein Unterschied zu den süssen Babypuppen, mit denen kleine Mädchen zu jener Zeit spielten und sich dabei gleich noch in ihrer zukünftigen Mutterrolle übten.

Barbie war anders. Und genau das wollte ihre Erfinderin Ruth Handler vom US-Spielwarenkonzern Mattel. Sie hatte beobachtet, dass ihre Tochter Barbara – Namenspatin von Barbie – mit ihren Puppen keineswegs nur Familie spielte, sondern sich diese als erwachsene Frauen mit Berufen und Beziehungen vorstellte. Barbie sollte also mehr sein als ein Modepüppchen mit Wespentaille, ellenlangen Beinen und beeindruckender Oberweite.

Grosserfolg gleich nach der Geburt

«Mit ihren Outfits für verschiedene Berufe stand Barbie für die Wahlmöglichkeiten der Frauen», betonte Ruth Handler und war überzeugt, dass genau dies Barbie geholfen habe, nicht nur von den Töchtern, sondern auch von den Müttern akzeptiert zu werden. Mittlerweile bestätigen selbst Pädagoginnen und Geschlechterforscherinnen, dass das Experimentieren mit der Zukunft, mit verschiedenen Frauenrollen und -klischees im Kinderzimmer ein wichtiger Teil des Erwachsenwerdens sei.

Ob pädagogisch korrekt oder nicht: Bereits im ersten Jahr gingen 300 000 Barbies über den Ladentisch. Drei Dollar kostete die Puppe, dazu konnte man für wenig Geld Kleidungsstücke und modische Accessoires kaufen. Im Lauf der Jahre haben die berühmtesten Modemacher Barbie Kreationen auf den Leib geschneidert, und die kreativsten Köpfe in der Szene entwerfen ihr jeweils die angesagtesten Looks der Saison. Seit 2003 können Frauen und Mädchen den Barbie-Look dank Barbies «Couture Line» sogar selbst tragen.

Bilder: Mattel Inc.

Ein Traumpaar mit Traumumsätzen: Bei Barbie und Ken hat die 43-jährige Beziehung praktisch keine Spuren hinterlassen.

Model und Muse

Barbies Stil ging mit der Zeit. Anfangs orientierte sie sich an Elvis und dem Rock'n'Roll, am Glamour von Stars wie Marilyn Monroe, Rita Hayworth oder Elizabeth Taylor. Später prägten sie Idole wie Jackie Kennedy und Grace Kelly. Die Hippie-Bewegung und die Beatles brachten Barbie eine bewegliche Taille, im Flower-Power-Zeitalter wuchsen die Röcke von Mini auf Maxi, und bald schon räkelte sie sich sonnengebräunt am Strand, tanzte zu den Rhythmen der Bee Gees und den Hits von ABBA. In den Achtzigerjahren machte sie den Aerobic-Boom mit, imitierte den mondänen Lifestyle von Denver-Clan und Dallas, trug grosse Schulterpolster, breite Gürtel und Leggins. Die Neunzigerjahre brachten die meistverkaufte Barbie aller Zeiten: die «Totally Hair Barbie» mit Haaren bis zu den Füssen. Mehrere Male wechselte Barbie Gesichtsform, Ausdruck, Teint, Haarfarbe und erhielt im Jahr 2000 erstmals einen Bauchnabel.

Doch Barbie machte nicht nur in der Mode Karriere. In ihren fünfzig Jahren hat sie bereits 108 Berufe ausgeübt: Sie flog 1965 als Astronautin ins All, stand 1973 als Chirurgin im Operationssaal, gewann 1975 Olympiamedaillen im Kunstturnen, im Eiskunstlauf und in der Abfahrt. 1989 diente sie als Offizierin in der US-Army – in einer vom Pentagon abgesegneten Uniform! 1990 verhandelte sie als Diplomatin auf höchster Ebene, und seit 2000 hat sie dreimal als US-Präsidentin kandidiert – bisher erfolglos.

Ihre Berufe und Rollen widerspiegeln die Weltgeschichte: die Begeisterung für die Raumfahrt, das Ende des Kalten Krieges, die Zeit des Golfkriegs. Ausserdem engagiert sich Barbie als Freiwillige und Botschafterin gegen

Unrecht und Krankheiten, setzt sich für Kinder und die Umwelt ein. Sie hat als globale Puppe, die Mädchen auf der ganzen Welt verbindet, bereits fünfzig Nationalitäten repräsentiert und hat Freundinnen aller Hautfarben und mit Handicap: Christie ist schwarz, Teresa Latina, Kira Asiatin, und Becky sitzt im Rollstuhl. Selbstverständlich ist Barbie auch in der virtuellen Welt zu Hause, hat eine millionenfach besuchte Internetsite, ist in Computerspielen dabei, und ihre Filme sind Kassenschlager.

Eine ganze Reihe von Superlativen

Die Puppe der Superlative ist weltweit Spielzeug Nummer eins. Herstellerin Mattel gibt bekannt, dass jede Sekunde irgendwo auf dem Globus zwei Barbies gekauft werden. Neunzig Prozent der Mädchen in den USA zwischen drei und zehn Jahren besitzen mindestens eine Barbie-Puppe, im Durchschnitt sind es zwölf. Eine Milliarde Modeartikel und fast hundert Millionen Meter Textilien wurden für Barbie und ihre Freunde produziert und verarbeitet.

So ist und hat Barbie alles, was man selbst gerne wäre und hätte. In der Liebe allerdings wartet die Mädchenwelt noch auf ein Happy End. Barbies Trennung von ihrem langjährigen Freund Ken, der 1961 auf den Markt und in ihr Leben trat, hat 2004 weltweit für Tränen gesorgt. Laut Gerüchten will er sie zurück…

Ende der Fünfzigerjahre zeichnete ein deutscher Karikaturist die Figur «Lilli» für die Bild-Zeitung: blond und üppig, mit kesser Lippe. Lilli wurde bald von einem deutschen Spielzeughersteller als Puppe auf den Markt gebracht. Ruth Handler, Mitbegründerin des Spielwarenkonzerns Mattel, entdeckte sie auf Europareise in einem Luzerner Schaufenster. 1959 kam «Barbie», benannt nach Ruth Handlers Tochter Barbara, in den USA auf den Markt, in Europa dann im Jahre 1961.

Die Herstellerin Mattel, weltweit führend im Spielzeugmarkt, vertreibt neben Barbie auch weltberühmte Marken wie Matchbox oder Fisher-Price. Ausgerechnet in jüngster Zeit allerdings brachen die Barbie-Verkäufe ein. Schuld daran sind die Konkurrenz der Bratz-Puppen aus dem Hause MGA und die schlechte Wirtschaftslage, die jetzt offenbar auch dem bisher als krisensicher eingeschätzten Spielzeugmarkt zusetzt.