DER SPIEGEL

Das Geschäft mit der Schönheit

Barbie wird Unternehmerin

Busenpüppchen im Businesskostüm

Von Anja Rützel
22,02.2014

Schluss mit bizarren Schnickschnack-Berufen wie Hochzeitsplanerin oder Yoga-Lehrerin! Der Spielzeugkonzern Mattel präsentiert nun eine Unternehmer-Barbie. Ein beachtlicher Karrieresprung für das Püppchen mit Hang zur Hosenlosigkeit.

Barbie wird Unternehmerin, ernsthaft jetzt. Bei der New Yorker Spielzeugmesse präsentierte Mattel seine neue Püppchen-Ausgabe: Die nach wie vor atombrüstige Plastikmadame ist jetzt selbständige Unternehmerin. Sie ist Teil der "I can be…"-Reihe, die Mädchen zu ambitionierter Berufswahl inspirieren soll und 2010 beispielsweise schon eine Programmiererinnen-Barbie auf den Markt brachte, genauso wie eine Schwimmlehrerin und eine Kinderärztin.

Dass die Unternehmerinnen-Puppe wirklich echt ist, muss man dazusagen, denn 2005 verwirrte die Satireseite "The Onion" die Barbie-Freunde kurzzeitig mit der Fake-Meldung, Mattel verkaufe nun eine "CEO Barbie". Die Puppe, angetan mit Hillary-Clinton-Betonhaarhelm, werde mit umfangreichem Zubehör geliefert, so der Artikel, zum Beispiel dem "Super Barbie Conference Fun Table", auch der passende Büro-Boy sei dabei, namentlich "Underpaid Assistant Ken". Allerdings, so ätzte die falsche Meldung weiter, liefen Elternverbände Sturm gegen die Führungskraft-Puppe: Sie vermittele Mädchen nämlich ein völlig verzerrtes Bild von ihren beruflichen Möglichkeiten, denn schließlich gebe es unter Amerikas 500 Top-Firmen gerade mal neun weibliche CEOs.

Eigentlich war Barbie, und das ist nun kein Scherz einer kecken Witzseite, mal feministisch gemeint: Als Ruth Handler sie 1959 erfand, beherrschten Babypuppen den Markt - sie baute nach eigener Aussage bewusst eine Erwachsenenminiatur mit Brüsten, um kleinen Mädchen

zu zeigen: Du musst nicht unbedingt Mutter werden und dein Leben der Brutpflege widmen - du kannst auch etwas ganz anderes sein. Zum Beispiel Model, Moderedakteurin, Krankenschwester oder Eiskunstläuferin: das waren Barbies Berufe der frühen Jahre. Die Botschaft: lieber selbst ein Babe sein, als mit kreischenden Babys zu hantieren.

"We Girls can do anything, right, Barbie?"

Bei Barbies wildem Job-Hopping, das sie seit 1959 hinlegte, muss der feministische Unterton irgendwo unterwegs verschüttgegangen sein. Dafür erwies sich die chronische Magertrine bei ihrer Arbeitswahl als derart multiinteressiert und -talentiert, dass ein Berufsberater nur hilflos mit den Ohren schlackern dürfte: Fußballtrainerin, Zeichensprachenlehrerin, Astronautin, Hundefriseurin, Zahnärztin, Marineoffizierin, Präsidentschaftskandidatin, McDonald's-Kassiererin, Feuerwehrfrau, Delfindompteurin, Busfahrerin, TV-Köchin, Cheerleaderin und Prinzessin - mehr als 130 ausgeübte Berufe machen Barbies Lebenslauf zur veritablen Schwarte.

Schon 1963 versuchte sie sich erstmals als Unternehmerin, damals in Doris-Day-hafter Putzigkeitsverbrämung als "Carreer Girl" bezeichnet und mit einem graumäusigen Kostüm mit imposantem Schwulsthut angetan. Mattel brachte sie kurz nach dem "Equal Pay Act" auf den Markt, der in den USA die geldige Diskriminierung von Frauen eindämmen sollte. 1984 brachte die nächste Inkarnation der Business-Biene, die "Day to Night"-Barbie, deren zuckrigrosafarbenes Bürokostümchen in Wahrheit ein Trickkleid war, wie man es sonst nur von glitterwütigen Eurovisions-Teilnehmerinnen kennt - mit wenigen Handgriffen ließ sich das biedere Büro-Ornat in ein frivoles Ausgehfähnchen verwandeln. "We Girls can do anything, right, Barbie?", schmalzsäuselte dazu der Werbespot.

Fatale Neigung zur Hosenlosigkeit

Eine weitere Business-Executive-Barbie kam 1999 auf den Markt, im anthrazitfarbenen Powerkostümchen deutlich polierter als die gefallsüchtig aufgerüschte Vorgängerin. Und Barbie konnte sprechen! Sie kam samt CD-Rom, auf der typische Entscheiderinnensätze aufgespielt waren. "I can't wait to go dancing with Ken tonight!" zum Beispiel, "I have E-Mail" oder, im muntersten Zwitscherton hervorgetschilpt, "Let's go to a Meeting!" - mehr Vokabular braucht man im Geschäftsleben schließlich nur selten.

Die nun vorgestellte Unternehmer-Barbie schweigt - und trägt freilich wieder Bonbonkreisch: Pink, was sonst. Chronische Fehlbekleidung ist allerdings ohnehin ein Problem, das sich wie ein rosafarbener Faden durch Barbies illustren Lebenslauf zieht: Mit fataler Neigung zur Hosenlosigkeit trat sie schon als Chirurgin und Zahnärztin in reichlich unmedizinischen Minikleidchen auf. Vielleicht könnte Mattel demnächst mal eine Styleberater-Barbie auf den Markt bringen. Oder eine Ernährungsberaterinnen-Puppe. We Girls can do anything, right, Barbie?