07.03.2023 12:43 CET

Barbie® feiert den Internationalen Frauentag und möchte mehr Mädchen für MINT-Berufe begeistern

Barbie möchte Mädchen helfen, ihr grenzenloses Potenzial zu erkennen. Dafür ehrt die Marke sieben weibliche MINT-Führungskräfte aus der ganzen Welt mit ihrer eigenen Puppe – darunter auch die deutsche Meeresbiologin Antje Boetius.

Frankfurt, 07.03.2023 – Noch immer sind Frauen in MINT-Berufen deutlich unterrepräsentiert. In Deutschland liegt der Frauenanteil gerade einmal bei 15,5 Prozent.* Auch Untersuchungen zeigen, dass jungen Mädchen in der Schule bereits systematisch der Zugang zu MINT-Fächern verwehrt wird oder

sie in diesem Bereich nicht weiter gefördert werden.**

Schon seit vielen Jahren hat es sich Barbie® deshalb zur Aufgabe gemacht, darauf aufmerksam zu machen und Mädchen Vorbilder – im wahrsten Sinne des Wortes – an die Hand zu geben. Zum Internationalen Frauentag am 07. März stellt Barbie® sieben neue Puppen vor, die erfolgreichen Frauen in MINT-Berufen nachempfunden wurden. Vorbilder – sogenannte Role Models – aus der MINT-Branche sind für Kinder von entscheidender Bedeutung, um ihr Interesse an Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik zu wecken und ihnen einen Zugang zu ermöglichen.

Barbie® hilft, die Dream Gap zu schließen

Die sieben von Barbie® ausgewählten Frauen sollen Mädchen ermutigen, an ihre Fähigkeiten zu glauben und ihr volles Potenzial auszuschöpfen – so wie **die deutsche Meeresbiologin Antje Boetius**, die bereits an über 50 Expeditionen auf internationalen Forschungsschiffen teilgenommen hat und sich aktiv für den Klimaschutz engagiert. „Ich fühle mich geehrt, ein Barbie Role Model für die Polar- und Meeresforschung zu sein und Kinder für diese Wissenschaftsbereiche zu begeistern. Die Forschung zeigt, dass Spielzeug ein wichtiger Faktor bei der Förderung der Kreativität und Fantasie von Kindern ist. Barbies sollten daher auch die Vielfalt verschiedenster Berufe widerspiegeln – einschließlich der Berufsgruppen, die die Polar- und Ozeanwelt erforschen und die sich für den Tier- und Umweltschutz einsetzen“, sagt Antje Boetius.

Neben ihr ehrt Barbie® folgende Frauen mit einer eigenen Puppe:

- Susan Wojcicki (USA): Sonderberaterin für Google und Alphabet
- Anne Wojcicki (USA): CEO von 23andME
- Janet Wojcicki (USA): Professorin für Pädiatrie und Epidemiologie an der University of California, San Francisco
- Kat Echazarret (Mexiko): Elektroingenieurin und Moderatorin einer Wissenschaftsshow
- Maggie Aderin-Pocock (Vereinigtes Königreich): Raumfahrtwissenschaftlerin und Wissenschaftspädagogin
- Li Yinuo (China): Mitbegründerin von ETU Education

„Barbie® möchte Frauen mit verschiedenen Hintergründen, Berufen und Nationalitäten als Vorbilder präsentieren, damit Mädchen auf der ganzen Welt sich auch in den Berufen sehen können, die ihnen nicht immer zugänglich erscheinen“, sagt **Lisa McKnight, Executive Vice President und Global Head of Barbie & Dolls bei Mattel**. „Wir hoffen, dass die Auswahl dieser sieben Vorreiterinnen in Wissenschaft und Technik Mädchen ermutigt, ihrer Leidenschaft in diesem Bereich zu folgen. Wir sind stolz darauf, unsere Arbeit auch in diesem Jahr fortzusetzen, um die ‚Dream Gap‘ zu schließen und Mädchen daran zu erinnern, ihr grenzenloses Potenzial auszuschöpfen.“

Langfristiges Engagement der Marke, um Mädchen zu fördern

Bereits 2018 hatte Barbie® das „Dream Gap“-Projekt ins Leben gerufen. Die globale Initiative schärft das Bewusstsein für die Faktoren, die Mädchen daran hindern, ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Seit dem Start hat die Marke im Rahmen des Barbie „Dream Gap“-Projekts mehr als 1,5 Millionen Dollar an gemeinnützige PartnerInnen gespendet, die sich für Gleichberechtigung einsetzen, indem sie Bildungs- und Mentoring-Möglichkeiten sowie Führungsqualitäten für Mädchen fördern.

In diesem Zusammenhang hat die Marke auch mit dem Cognitive Development Lab der renommierten New York University zusammengearbeitet. Ziel war es, besser zu verstehen, wie sich die Wahrnehmung von Führungsrollen durch Kinder auf deren eigene Führungsambitionen auswirkt und wie sich dies je nach Geschlecht unterscheidet. Die ForscherInnen fanden heraus, dass die Darstellung einer Führungsrolle als „typisch männlich“ Mädchen signalisieren kann, dass der Bereich der Führung nichts für sie ist. Begegnen sie hingegen weiblichen Führungspersönlichkeiten, kann das ihr Interesse an einer Führungsrolle steigern – was zeigt, wie wichtig weibliche Vorbilder für Mädchen sind.

*Quelle: MINT-Herbstreport 2021 Institut der deutschen Wirtschaft Köln (Stand: März 2021)

**Quelle: American Association of University Women

Mattel ist ein global führender Spielwarenkonzern, zu dem die erfolgreichsten Franchise-Unternehmen für Kinder- und Familienunterhaltung weltweit gehören. Wir entwickeln innovative Produkte und Erlebnisse, die Kinder durch Spielen inspirieren, unterhalten und fördern. Unser Portfolio besteht aus einer Vielzahl ikonischer Marken, darunter Barbie®, Hot Wheels®, Fisher-Price®, American Girl®, Thomas & Friends™, UNO® und MEGA® und wird durch Kooperationen, die wir in Partnerschaft mit globalen Unterhaltungsunternehmen lizenzieren, ergänzt wie beispielsweise Masters of the Universe und Monster High. Dazu gehören Film- und Fernsehinhalte, Spiele, Musik und Live-Veranstaltungen. Unser Team arbeitet an 35 verschiedenen Standorten und unsere Produkte sind in mehr als 150 Ländern bei führenden Einzelhandels- und E-Commerce-Unternehmen erhältlich. Seit der Gründung im Jahr 1945 inspiriert Mattel Kinder dazu, die Welt mit all ihrem Zauber zu entdecken und ihr volles Potential auszuschöpfen.

Kontaktpersonen

PR-Team
Pressekontakt
Journalistenanfragen
pr.de@mattel.com

Anne Polsak
Pressekontakt
Pressesprecherin / Leitung PR / Unternehmenskommunikation
Unternehmenskommunikation
pr.de@mattel.com