



Barbie Fashionistas Puppenlinie

12.01.2026 08:30 CET

Barbie® präsentiert die erste Barbie-Puppe mit Autismus – ein starkes Zeichen für Repräsentation und Inklusion im Spiel

Frankfurt am Main, Deutschland, 12. Januar 2026 – Mattel, Inc. (NASDAQ: MAT) stellt heute die erste Barbie-Puppe mit Autismus vor. Die Entwicklung erfolgte in enger Zusammenarbeit mit dem Autistic Self Advocacy Network (ASAN), um die Erfahrungen von Menschen im Autismus-Spektrum authentisch widerzuspiegeln. Diese neue Fashionista-Puppe lädt Kinder dazu ein, sich selbst in Barbie wiederzufinden und inspiriert zu fantasievolltem Spiel, das die eigene Lebenswelt erweitert. Die Entwicklung dauerte über 18

Monate und erfolgte in Partnerschaft mit ASAN – einer gemeinnützigen Organisation für die Rechte von Menschen mit Autismus, die von und für Autist*innen geführt wird. Die Puppe ergänzt die Barbie Fashionistas Kollektion, die bereits die größte Vielfalt an Hauttönen, Haarstrukturen, Körpertypen sowie medizinischen Bedingungen und Behinderungen bietet. „Seit Jahrzehnten spiegelt Barbie die Welt wider, die Kinder sehen und von der sie träumen. Unsere erste autistische Barbie setzt diese Tradition fort“, sagt Jamie Cygielman, Global Head of Dolls bei Mattel. „Die Zusammenarbeit mit ASAN hat uns geholfen, jedes Detail authentisch zu gestalten. Wir sind stolz, die Inklusion im Spielzeugregal weiter auszubauen – denn jedes Kind verdient es, sich in Barbie wiederzufinden und sein grenzenloses Potenzial zu erkennen.“ Designmerkmale der Autistischen Barbie Die Barbie-Designtteams haben bewusst Merkmale integriert, die Erfahrungen aus dem Autismus-Spektrum widerspiegeln:

- Körper: Bewegliche Gelenke an Ellbogen und Handgelenken ermöglichen Bewegungen wie „Stimming“ oder Handbewegungen, die einige Autist*innen zur Verarbeitung von Reizen oder als Ausdruck von Freude nutzen.
- Blickrichtung: Der Blick ist leicht seitlich ausgerichtet, um zu zeigen, dass manche Menschen direkt Augenkontakt vermeiden.
- Accessoires:

oFidget Spinner: Ein pinkfarbener Fingerclip-Fidget-Spinner, der sich tatsächlich dreht – als sensorisches Hilfsmittel zur Stressreduktion.



oNoise-Cancelling-Kopfhörer: Pinke Kopfhörer als modisches Accessoire, das Hintergrundgeräusche reduziert.



oTablet: Mit Symbol-basierter AAC-Kommunikation auf dem Display – unterstützt alternative Kommunikationsformen.



- Sensorisch freundliche Kleidung: Locker sitzendes, lila gestreiftes A-Linien-Kleid mit kurzen Ärmeln und fließendem Rock, kombiniert mit flachen Schuhen für Stabilität und Komfort.

Gemeinsam für mehr Sichtbarkeit Für den Launch in Deutschland arbeitet Barbie mit Rafaela Lisbeth Kiene zusammen – sie ist selbst Autistin und setzt sich aktiv dafür ein, auf ihren Social-Media-Kanälen über neurodivergente Lebensrealitäten aufzuklären. Besonders wichtig dabei ist der Dialog mit Menschen aus der Community, der authentische Einblicke und Perspektiven ermöglicht und nochmals unterstreicht, wie bedeutend Repräsentation für Kinder ist.

„Als autistische Frau und Sozialarbeiterin weiß ich, dass Autismus für viele Menschen als Einschränkung wahrgenommen wird. Viele Barrieren entstehen

dabei erst durch eine Umwelt, die auf unterschiedliche Wahrnehmungen nicht eingestellt ist. Repräsentation im Kinderzimmer kann helfen, für diese Realität früher eine Sprache zu finden und Verständnis zu fördern."



Die Fashionistas-Kollektion umfasst inzwischen über 175 Looks und steht für Vielfalt und Inklusion. Studien der Cardiff University zeigen, dass Puppenspiel

Empathie und soziale Fähigkeiten fördert – auch bei neurodivergenten Kindern. Mit der neuen Autistischen Barbie setzt Mattel ein klares Zeichen: Jedes Kind soll sich in Barbie wiederfinden können.



Die Barbie-Puppe mit Autismus ist ab dem 12. Januar 2026 im Mattel Shop und bei weiteren deutschen Händlern erhältlich. Unverbindliche Preisempfehlung: 14,99€.

Über Mattel

Mattel ist ein global führender Konzern für Spielwaren und Familienunterhaltung, sowie Eigentümer eines der bekanntesten Markenportfolios der Welt. Unser Portfolio begeistert durch eine Vielzahl ikonischer Franchise-Marken, darunter Barbie®, Hot Wheels®, Fisher-Price®, American Girl®, Thomas & Friends™, UNO®, Masters of the Universe®, Matchbox®, Monster High®, Polly Pocket®, und Barney®, sowie weitere beliebte Marken, die wir besitzen oder in Partnerschaft mit globalen Unterhaltungsunternehmen lizenziieren. Unser Angebot umfasst Spielwaren, Film- und Fernsehinhalte, Verbraucherprodukte, Digitale- und Live-Erlebnisse, welche in Zusammenarbeit mit den weltweit führenden Einzelhandels- und E-Commerce-Unternehmen vertrieben werden. Seit seiner Gründung im Jahr 1945 inspiriert Mattel Generationen dazu, den Zauber der Kindheit zu entdecken und bestärkt Kinder darin, ihr volles Potenzial zu entfalten. Besuchen Sie uns auf mattel.com.

Über das Autistic Self Advocacy Network (ASAN)

Das Autistic Self Advocacy Network (ASAN) ist eine gemeinnützige Organisation, die von und für autistische Menschen geführt wird. ASAN setzt sich für die Rechte und die Selbstbestimmung von Menschen im Autismus-Spektrum ein und arbeitet daran, die gesellschaftliche Teilhabe zu fördern.

Die Organisation bietet Ressourcen, politische Interessenvertretung und Bildungsprogramme, um sicherzustellen, dass die Stimmen autistischer Menschen gehört werden und ihre Perspektiven in Entscheidungsprozesse einfließen.

Mattel ist ein global führender Konzern für Spielwaren und Familienunterhaltung, sowie Eigentümer eines der bekanntesten Markenportfolios der Welt. Unser Portfolio begeistert durch eine Vielzahl ikonischer Franchise-Marken, darunter Barbie®, Hot Wheels®, Fisher-Price®, American Girl®, Thomas & Friends™, UNO®, Masters of the Universe®, Matchbox®, Monster High®, Polly Pocket®, und Barney®, sowie weitere beliebte Marken, die wir besitzen oder in Partnerschaft mit globalen Unterhaltungsunternehmen lizenziieren. Unser Angebot umfasst Spielwaren, Film- und Fernsehinhalte, Verbraucherprodukte, Digitale- und Live-Erlebnisse, welche in Zusammenarbeit mit den weltweit führenden Einzelhandels- und E-Commerce-Unternehmen vertrieben werden. Seit seiner Gründung im Jahr 1945 inspiriert Mattel Generationen dazu, den Zauber der Kindheit zu entdecken und bestärkt Kinder darin, ihr volles Potenzial zu entfalten. Besuchen Sie uns auf mattel.com.

Kontaktpersonen



PR-Team

Pressekontakt

Journalistenanfragen

pr.de@mattel.com



Anne Polsak

Pressekontakt

Pressesprecherin / Leitung PR / Unternehmenskommunikation

Unternehmenskommunikation

pr.de@mattel.com