



Die neue Puppe ist Teil der aktuellen Barbie Fashionistas-Reihe und bietet weltweit noch mehr Kindern eine Barbie, die sie selbst repräsentiert.

25.04.2023 15:13 CEST

Für mehr Vielfalt im Spielzeugregal: Barbie® präsentiert ihre erste Puppe mit Down-Syndrom

- Mattel launcht die erste Barbie mit Down-Syndrom. In Deutschland tritt die Down-Syndrom-Aktivistin Natalie Dedreux als Botschafterin auf.
- Für den guten Zweck kooperiert Barbie zur Markteinführung mit dem inklusiven Fashion-Label isociety.
- Für die Entwicklung arbeitete das Barbie-Team eng mit der US-

amerikanischen National Down Syndrome Society (NDSS)
zusammen.

Frankfurt, 25.04.2023 – Seit heute gibt es die neue Barbie-Puppe mit Down-Syndrom von Mattel, Inc. Die Barbie-Puppe mit Down-Syndrom soll alle Kinder dazu inspirieren, spielerisch Geschichten zu erzählen. Und sie ermöglicht noch mehr Kindern, sich selbst in einer Barbie wiederzufinden und die Welt um sie herum beim Puppenspiel widerzuspiegeln.

„Die Barbie-Fashionista-Reihe ist die vielfältigste Puppenserie auf dem Spielzeugmarkt und spielt eine wichtige Rolle in den frühen Erfahrungen eines Kindes. Wir von Mattel möchten unseren Teil dazu beitragen, soziale Stigmata auf spielerische Weise zu überwinden und Inklusion zu fördern“, sagte Lisa McKnight, Executive Vice President und Global Head of Barbie & Dolls, Mattel. „Unser Ziel ist es, allen Kindern zu ermöglichen, sich selbst in einer Barbie wiederzufinden. Gleichzeitig möchten wir sie ermutigen, mit Puppen zu spielen, die nicht so aussehen wie sie selbst. Das Spielen mit Puppen, die nicht der eigenen Lebenserfahrung entsprechen, kann Verständnis wecken und mehr Empathie fördern – was schließlich zu einer toleranten Gesellschaft führt.“

Design mit Insights aus der Community

Um sicherzustellen, dass sich Menschen mit Down-Syndrom mit dem Design der Puppe identifizieren, hat Mattel eng mit der National Down Syndrome Society (NDSS) zusammengearbeitet. Die NDSS unterstützt Menschen mit Down-Syndrom und ihre Familien, indem sie politische Veränderungen vorantreibt und sich in lokalen Gemeinschaften engagiert. Ihr Team beriet im gesamten Designprozess: angefangen bei der Puppengestaltung über Kleidung und Zubehör bis hin zur Verpackung.

„Es war uns eine Ehre, mit Barbie an der Barbie-Puppe mit Down-Syndrom zu arbeiten“, so Kandi Pickard, Präsidentin und CEO des NDSS. „Dies bedeutet so viel für unsere Gemeinschaft. Die Kinder können zum ersten Mal mit einer Barbie-Puppe spielen, die aussieht wie sie. Diese Barbie erinnert uns daran, dass wir die Macht der Sichtbarkeit nie unterschätzen sollten. Die Puppe ist ein großer Schritt vorwärts für die Inklusion und ein Moment, den wir feiern.“

Natalie Dedreux: Die neue Botschafterin

Um die Markteinführung der Puppe zu feiern und für Inklusion, Sichtbarkeit und Verständnis für Menschen mit Down-Syndrom zu werben, haben sich europäische Botschafterinnen und Botschafter Barbie angeschlossen, um diesen wichtigen Moment für die Gemeinschaft zu feiern. In Deutschland übernimmt Aktivistin Natalie Dedreux diese Aufgabe. Sie erzählt, was dies für sie und Kinder mit ähnlichen Erfahrungen auf der ganzen Welt bedeutet. *„Ja, ich finde es deswegen wichtig, dass es Barbie Puppen mit Down-Syndrom gibt, weil man Menschen so mit Down-Syndrom sichtbarer macht. Und das mehr darauf geachtet wird, weil dann merkt und sieht die Gesellschaft das sowas auch cool ist.“*

Das Design der neuen Puppe: Was ist neu?

- **Die Form:** Diese Puppe hat eine Gesichts- und Körperform, die Frauen mit Down-Syndrom besser darstellt. Der Körper ist insgesamt kleiner, besitzt jedoch einen längeren Rumpf. Das Gesicht ist runder, hat kleinere Ohren und einen flachen Nasenrücken, während die mandelförmigen Augen leicht schräg liegen. Die Handflächen der Puppe weisen eine Vierfingerfurche auf – ein Merkmal, das mit Menschen mit Down-Syndrom in Verbindung gebracht wird.
- **Mode und Accessoires:** Das gelb-blaue Puppenkleid mit Puffärmeln ist mit Schmetterlingen bedruckt – Farben und Symbole, die mit dem Down-Syndrom assoziiert werden. Die rosafarbene Halskette besitzt einen Anhänger aus drei nach oben gerichteten Pfeilen. Sie stehen für die drei Kopien des 21. Chromosoms, die Ursache des Down-Syndroms sind. Die drei Pfeile sind ein Symbol, das die Down-Syndrom-Gemeinschaft vereint.
- **Orthese:** Die Barbie-Fashionistas-Puppe mit Down-Syndrom trägt passend zu ihrem Outfit rosafarbene Einlagen für die Knöchel. Außerdem sind ihre Turnschuhe mit einem Reißverschluss versehen. Einige Kinder mit Down-Syndrom benötigen Orthesen, um ihre Füße und Knöchel zu stützen.

Fashion-Kooperation mit isociety

Anlässlich der Markteinführung geht Barbie mit dem inklusiven Fashion-Label isociety eine exklusive Zusammenarbeit ein. Zeitgleich zum Launch am 25. April verkauft das Fashion-Label auf der isociety Website limitierte Barbie-T-Shirts für 29,00 Euro das Stück. Die Hälfte des Erlöses geht an das „Deutsche Down-Syndrom InfoCenter“, das rund um das Leben mit Down Syndrom informiert. Hinter isociety stecken Edda und Sarah. Aus eigener Erfahrung motiviert, wollen Mutter und Tochter mit dem Label Gesprächsanlässe rund um das Thema Down-Syndrom bieten. Neben der Kooperation begleitete ein Paneltalk den Produktlaunch in Deutschland. Kristina Vogel, Moderatorin und Olympiasiegerin im Bahnradsport, führte durch die Veranstaltung. GästInnen waren Barbie Botschafterin Natalie Dedreux, Prof. Dr. Zimpel (Professor an der Universität Hamburg und Leiter des Zentrums für Neurodiversitätsforschung (ZNDF) Hamburg-Eppendorf), Michaela Hilgner (Sonderpädagogin und stellvertretende Geschäftsführerin des deutschen Down-Syndrom-InfoCenter) sowie Shari Dietz (Bloggerin und Mutter einer Tochter mit dem Angelman-Syndrom).

Barbie ist mit über 175 Looks die inklusivste Puppenlinie auf dem Markt. Sie bietet eine Vielzahl von Augenfarben, Haarfarben und -strukturen, Körpertypen, Einschränkungen und Moden, um mehr Geschichten zu erzählen. Barbie hat Puppen mit Vitiligo, Puppen, die einen Rollstuhl oder eine Prothese benutzen, ein Modell mit Hörgeräten und ohne Haare eingeführt. Auch 2023 steht Barbie weltweit mit ihrer Fashionistas-Reihe für ein Zugehörigkeitsgefühl und Inklusion. Die Fashionistas umfassen auch neue Modelle mit verschiedenen Körpertypen, darunter eine neue Fashionista-Puppe mit Zahnsperre und eine Ken-Fashionista-Puppe mit Beinprothese.

Die diesjährigen Fashionistas-Puppen sind ebenso wie die neue Barbie-Puppe mit Down-Syndrom zu UVP* von 14,99 € im deutschen Handel und im [Mattel Onlineshop](#) erhältlich.

*UVP: Die UVP ist die Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers. Die Festlegung des Verkaufspreises liegt im alleinigen Ermessen des Händlers.

Über NDSS

Die National Down Syndrome Society (NDSS) ist die führende Menschenrechtsorganisation für alle Menschen mit Down-Syndrom. Die NDSS

unterstützt Menschen mit Down-Syndrom und ihre Familien, indem sie Ressourcen zur Verfügung stellt, politische Veränderungen vorantreibt, mit lokalen Gemeinschaften zusammenarbeitet und die öffentliche Wahrnehmung prägt. Der 1979 gegründete NDSS unterstützt die Down-Syndrom-Gemeinschaft und setzt sich für sie ein, indem er sich auf drei Schlüsselbereiche der Programmgestaltung konzentriert: Ressourcen und Unterstützung, Politik und Interessenvertretung sowie Engagement für die Gemeinschaft. Innerhalb dieser Schwerpunktbereiche engagiert sich der NDSS mit verschiedenen Aktivitäten, Veranstaltungen und Programmen zu Themen, die für unsere Gemeinschaft von entscheidender Bedeutung sind, wie z. B. Interessenvertretung auf Bundes- und Landesebene und öffentliche Politik, Gesundheit und Wellness, Bildung und Beschäftigung. Der NDSS schafft Ressourcen zur Unterstützung von Menschen mit Down-Syndrom, ihren Familien und Betreuern über die gesamte Lebensspanne hinweg und veranstaltet im ganzen Land Gemeinschaftsveranstaltungen, darunter das National Buddy Walk® Program, die Videopräsentation am Times Square und den New York City Buddy Walk®, das Rennen für 3,21 für den Welt-Down-Syndrom-Tag, den Lauf für 3,21 und verschiedene andere Veranstaltungen. Besuchen Sie www.ndss.org für weitere Informationen.

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