



Barbie präsentiert die neue Puppenlinie „My First Barbie“. Ihr innovatives Design ist auf die speziellen Bedürfnisse und Wünsche von Kindern ab 18 Monaten abgestimmt.

01.02.2023 06:00 CET

Innovation im Kinderzimmer: Barbie führt mit „My First Barbie“ ihre erste Puppenlinie für Kindergartenkinder ein

Frankfurt, 1. Februar 2023 – Barbie präsentiert die neue Puppenlinie „My First Barbie“. Ihr innovatives Design ist auf die speziellen Bedürfnisse und Wünsche von Kindern ab 18 Monaten abgestimmt. Die neue Linie ist ab sofort mit einem umfangreichen Sortiment an Puppen und Spiel-Sets sowie liebevollen Accessoires erhältlich und in vier verschiedenen Hautfarben verfügbar.

Die „My First Barbie“-Puppe besitzt das gleiche Aussehen und Spielgefühl, das Barbie-Fans bereits kennen und lieben. Doch einfach anzuziehende Klettverschluss-Outfits, großes Zubehör und ein größerer, weicher Puppenkörper sind speziell für kleinere Hände und eine wachsende Fantasie entwickelt. Vom Bürsten der Haare bis zum Wechseln der Kleidung – mit der „My First Barbie“-Puppe können nun auch schon Kindergartenkinder jede erdenkliche Geschichte erleben und eigenständig spielen.

„My First Barbie“ auf einen Blick:

- „My First Barbie“ ist größer als die Standard-Barbie-Puppe und misst 34,29 cm im Vergleich zu den üblichen 29,21 cm.
- Die Puppe hat einen weicheren Körper sowie beweglichere Arme und Beine, sodass jüngere Kinder sie leichter halten und beim Spielen bewegen können. Außerdem hat sie kindlichere Gesichtszüge.
- Die „My First Barbie“-Linie umfasst Zubehör wie Outfits, Haustiere, ein Schlafzimmer-Set und ein Tee-Set, das speziell für jüngere Fans design wurde.
- „My First Barbie“ ist eine Kollektion, die Kindergartenkinder dazu ermutigt, spielerisch soziale Fähigkeiten zu erlernen und Mode zu entdecken.
- Mit „My First Barbie“ bietet Mattel eine neue Barbie-Variante an, die der individuellen kindlichen Entwicklung gerecht wird, da sie für das Geschicklichkeitsniveau von Kindergartenkindern konzipiert wurde.

Was sich Eltern für ihre Kinder wünschen

Welche Eigenschaften und Besonderheiten Eltern in Deutschland bei einer Puppe für Mädchen ab 18 Monaten erwarten, hat das Team von Mattel Global Consumer Insights im Vorfeld untersucht. Fast 60 Prozent der Eltern, die noch keine Barbie für ihre Tochter im Kindergartenalter gekauft haben, geben als Grund dafür Bedenken hinsichtlich der Geschicklichkeit ihres Kindes an. Aufgrund des innovativen und einzigartigen Designs der „My First Barbie“, würden nun 94 Prozent aller Umfrageteilnehmer in Erwägung ziehen, diese Puppe für ihre Tochter zu kaufen.* Die Befragten finden vor allem (jeweils 86 Prozent), dass die „My First Barbie“ einfacher zu nutzen ist als eine gewöhnliche Barbie und dass es eine tolle Möglichkeit ist, für kleinere Kinder in die Barbie-Welt einzutauchen.

„Die Erkenntnisse aus unserer Umfrage sind für die Entwicklung unserer Puppen entscheidend. Die ‚My First Barbie‘-Linie ist ein ideales Beispiel für diesen Ansatz. Denn unsere Befragung hat das Potenzial offenbart, unser Sortiment um ein Angebot speziell für Kinder im Kindergartenalter zu erweitern. Mit ‚My First Barbie‘ kommen wir dem Wunsch der Eltern nach, auch ihre Jüngsten mit einer eigenen ersten Barbie eine Freude zu bereiten. Der größere und weichere Körper der Puppe, die leicht anzuziehenden Outfits und Accessoires sowie die jüngeren Gesichtszüge laden so noch mehr Kinder dazu ein, jede Geschichte zu spielen, die sie sich vorstellen können“, so Lisa McKnight, Executive Vice President und Global Head of Barbie and Dolls.

Die „My First Barbie“-Puppen sind ab sofort für eine unverbindliche Preisempfehlung von 24,99 Euro im Handel erhältlich.

*Basierend auf den Ergebnissen des „My First Barbie Concept Tests“ mit Eltern von Mädchen zwischen zwei und vier Jahren, durchgeführt von Mattel Global Consumer Insights im Juni 2022. Stichprobe: 153 Befragte in Deutschland.

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