



Antje Boetius nahm Barbie und die Fragen der Mädchen mit auf ihre Exkursion in die Arktis, um nicht nur Antworten zu geben, sondern auch Einblicke in ihr eisiges Abenteuer zu geben.

17.10.2023 06:00 CEST

## Nach dem Internationalen Mädchentag: Barbie inspiriert Mädchen mit Meeresbiologin Antje Boetius

*Selbstbewusstsein stärken und zu neuen Wegen ermutigen – anlässlich des Internationalen Mädchentags feierte Barbie gemeinsam mit der Organisation „Wir stärken Mädchen“ die renommierten Meeresforscherin Prof. Dr. Antje Boetius. Anlässlich des besonderen Tags konnten Mädchen Fragen an die Forscherin einreichen, die Einblicke in ihre spannende Arktis-Exkursion gab.*

**Frankfurt, 17. Oktober 2023** – Kanzlerinnen, große Denkerinnen oder Firmenchefinnen: Mädchen zwischen fünf und sieben Jahren glauben – im Gegensatz zu Jungs – nicht an die große Karriere. Diese sogenannte „[Dream Gap](#)“ belegt Barbie bereits seit 2018[\[1\]](#). Der Begriff beschreibt die Kluft, die zwischen Mädchen und der Entfaltung ihres vollen Potenzials steht. Doch laut Studie[\[2\]](#) können weibliche Führungspersonen ihr Interesse an dem Bereich steigern. Deswegen hat Barbie vor fünf Jahren die globale Initiative „Dream Gap Projekt“ gestartet. Im Rahmen des Projekts hebt Barbie mit der Serie Barbie „Role Models“ weltweit positive weibliche Vorbilder hervor. In diesem Jahr wurden sieben Unikate vergeben, die weibliche MINT-Führungskräfte aus der ganzen Welt repräsentieren. Damit soll ihr Interesse an Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) geweckt werden. In diesem Jahr erschien für den deutschen Markt eine Puppe nach dem Vorbild der renommierten Meeresforscherin Prof. Dr. Antje Boetius. Die Wissenschaftlerin hat bereits an über 50 Expeditionen auf internationalen Forschungsschiffen teilgenommen und engagiert sich aktiv für den Klimaschutz. Den anstehenden Internationalen Mädchentag am 11. Oktober nahm Barbie nun zum Anlass, Mädchen die *echte* Meeresforscherin vorzustellen, um die Schülerinnen in ihrer Neugierde auf andere Berufe und in ihrem Selbstbewusstsein zu bestärken.

### **Auf Exkursion im ewigen Eis**

Von „Was machst du als Meeresbiologin?“ über „Warst du gut in der Schule?“ bis hin zu „Friert euer Trinken in der Arktis schnell ein?“ – All diese Fragen und noch viele mehr konnten die Schülerinnen direkt an Prof. Dr. Antje Boetius richten. Boetius nahm Barbie und die Fragen der Mädchen mit auf ihre Exkursion in die Arktis, um nicht nur Antworten zu geben, sondern auch Einblicke in ihr eisiges Abenteuer zu geben. Außerdem erhielten die Mädchen Impressionen aus ihrem temporären Zuhause, dem Forschungsschiff Polarstern. Sie zeigte ihre Kajüte, die Brücke, die Küche und die eisige Umwelt.

Gefeiert wurde der Internationale Mädchentag gemeinsam mit „Wir stärken Mädchen“ und Prof. Dr. Antje Boetius bei einem „FRAUEN30“-Dinner. Das Netzwerk „FRAUEN100“ versammelte 30 Thought Leaderinnen aus Wirtschaft, Politik, Medien, Unterhaltung und Sport. Im Zentrum des Abends standen

weibliche Vorbilder. Barbie sponsorte das Empowerment-Event, während die Organisation „Wir stärken Mädchen“ als Kooperationspartner auftrat und Moderatorin Johanna Klum durch das Programm führte. Für die Zukunft plant Barbie weitere Aktionen, um die „Dream Gap“ zu schließen. Die Marke wird die Barbie Serie „Role Models“ um weitere inspirierende Frauen erweitern, um jungen Mädchen aufzuzeigen, dass ihnen alle Möglichkeiten offenstehen.

### **Über „Wir stärken Mädchen“**

„Wir stärken Mädchen“ ist ein Programm der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung mit dem Ziel, Mädchen darin zu bestärken, selbstbestimmt und unabhängig von Stereotypen ihren eigenen Weg zu gehen. Mädchen und junge Frauen sind bis heute in vielen Berufsfeldern unterrepräsentiert, obwohl ihre schulischen Leistungen und Abschlüsse ihnen alle Türen öffnen. Berufswahlprozesse und -entscheidungen sind weiterhin stark vom Geschlecht geprägt. So sind Frauen bis heute in MINT-Berufen unterrepräsentiert, die Wahrscheinlichkeit ist geringer, dass sie ein eigenes Unternehmen gründen und sie haben weiterhin weniger Chancen auf Führungspositionen als Männer.

### **Über „Frauen 100“**

„Frauen 100“ wurde 2021 von Janina Hell und Felicitas Karrer gegründet. Die Initiative bringt Thought Leader\*innen aus Wirtschaft, Politik, Medien, Unterhaltung und Sport zusammen, um ein Profession übergreifendes Netzwerk zu schaffen, in dem Raum für feministischen Diskurs ist, Themen gesetzt und in juristische, politische und gesellschaftliche Realität umgesetzt werden.

[1] New York University, der University of Illinois und der Princeton University

[2] <https://news.mattel.de/pressreleases/barbie-r-startet-dream-gap-projekt-um-das-grenzenlose-potenzial-von-maedchen-zu-foerdern-2753373>

---

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](mailto:pr.de@mattel.com)



### **Anne Polsak**

Pressekontakt  
Pressesprecherin / Leitung PR / Unternehmenskommunikation  
Unternehmenskommunikation  
[pr.de@mattel.com](mailto:pr.de@mattel.com)