



Aktuelle Umfrage von Barbie zeigt: Jeder zweite Vater wünscht sich grundsätzlich mehr Zeit, um mit seiner Tochter zu spielen

21.02.2017 14:05 CET

## Starke Mädchen, starke Zukunft - deutsche Papas machen ihren Töchtern Mut!

Traditionelle Rollenerwartungen an Mädchen sind passé: Dass ihre Töchter mit Autos spielen und in den Fußballverein eintreten, ist mittlerweile für Eltern selbstverständlich. Aber genauso wie sich das Geschlechterbild von Mädchen gewandelt hat, hat sich das der Väter verändert: Ohne mit der Wimper zu zucken, verkleiden sie sich gemeinsam mit ihren Töchtern und spielen mit Puppen. Knapp drei Viertel der Befragten sehen das gemeinsame Spiel mit den Töchtern als Vorbereitung auf die Zukunft ihrer Sprösslinge an.

## **Das ergab eine aktuelle Umfrage von Barbie unter Vätern in Deutschland.**

**Frankfurt/Main, 21. Februar 2017** - Fast die Hälfte aller deutschen Väter spielt mindestens eine halbe Stunde am Tag mit ihren Töchtern. Dabei steht neben Fantasiespielen (43 Prozent) besonders gemeinsames Kostümieren und Verkleiden hoch im Kurs (39 Prozent). Jeder Dritte gibt an, gemeinsam mit der Tochter mit Puppen zu spielen. Davon, dass das gemeinsame Spiel mit der Tochter ihr Selbstbewusstsein stärkt, sind drei Viertel aller Befragten überzeugt.

### **Für die Zukunft gewappnet durch gemeinsames Spiel und Stärkung des Selbstbewusstseins**

Auf die Frage, wie sie ihre Tochter auf die Zukunft vorbereiten, antworten 70 Prozent der Väter, indem sie mit ihr spielen. 67 Prozent ermutigen sie, selbstsicher zu sein, fast ebenso viele bringen ihnen praktische Dinge bei. Weiterhin erachten es die Befragten als wichtig, jede Frage ihres Sprösslings zu beantworten (62 Prozent) und sie darin zu bestärken, mutig zu sein (61 Prozent). Aber auch Quatschmachen zählt für 61 Prozent der Väter als Vorbereitung ihrer Tochter auf die Zukunft dazu. Grundsätzlich blicken die Befragten der Zukunft ihrer Tochter mit gemischten Gefühlen entgegen: 19 Prozent der Väter hierzulande stimmen der Aussage stark zu, sich Sorgen darüber zu machen, wie ihre Tochter später klarkommen wird.



[Video auf YouTube ansehen](#)

## **Pirouetten, Glitzer, Puppen spielen – was ins Repertoire moderner Väter gehört**

Bei der Erziehung ihrer Tochter ist es unumgänglich, dass Väter mit bestimmten „Mädchen“-Themen in Berührung kommen und darüber Bescheid wissen. Die Top 5-Antworten auf die Frage, welche Dinge sie als Vater einer Tochter kennen, setzen sich wie folgt zusammen: Zu wissen, was eine Pirouette ist, belegt mit 68 Prozent den ersten Platz, dicht gefolgt vom Wissen darüber, wie man am besten kuschelt. Auf Platz 3 liegt mit 64 Prozent die Erfahrung der Väter, dass nicht nur Jungen, sondern auch die eigene Tochter Fußball spielt. Darauf folgen die Kenntnisse über das gemeinsame Puppenspielen. Die Erkenntnis, dass Glitzer überall hingelangen kann, belegt Platz 5 der Aussagen.

## **Neue Barbie-Kampagne stellt Vater-Tochter Beziehung in den Fokus**

Eben diese Erkenntnisse spiegeln sich auch in der neuen Kampagne von Barbie rund um die Beziehung von Vätern und Töchtern wider. Das Herz der Kampagne bildet dabei ein Spot, in welchem echte Väter mit ihren Töchtern unterschiedliche Momente des gemeinsamen Spielens und des gemeinsamen Eintauchens in Fantasiewelten erleben. „Als Vater trifft mich diese Kampagne genau ins Herz. Es ist die gemeinsame Spielzeit von Vätern mit ihren

Töchtern, die deren Leben langfristig auf vielerlei Weise prägen wird. Daher rücken wir die Väter-Töchter-Beziehungen mit dieser Kampagne bewusst in den Fokus. Diese sind ein elementarer Baustein für die nächste Generation von selbstbewussten Mädchen und Frauen, die ihre unbegrenzten Möglichkeiten aktiv nutzen“, erklärt Sanjay Luthra, Vice President und Country Manager Central Eastern Europe bei der Mattel GmbH. Unter dem #BarbiePapas werden alle Väter und Mütter dazu animiert, die Spielzeit ihrer Töchter mit den Vätern zu teilen.

## **Über die Umfrage:**

Barbie befragte im Zeitraum vom 23.12.2016 bis 09.01.2017 bundesweit 500 Väter. Mehrfachantworten waren teilweise möglich.

## **#BarbiePapas**

Im Januar erweitert Mattel die „Du kannst alles sein!“ Kampagne, die das grenzenlose Potential, welches in jedem Mädchen schlummert, anregen und fördern soll. Die neuen Werbespots, in denen Papas mit ihren Töchtern Barbie spielen, sind die Nachfolger des preisgekrönten Videos [„Imagine the Possibilities“](#), welches Mädchen zeigen, die sich beim Spielen mit Barbie in verschiedene Berufe versetzten.

Das Werbematerial umfasst einen 90 Sekunden langen viralen Spot sowie 30 Sekunden an Outtakes. Es zeigt, was passieren kann, wenn sechs Papas mit ihren Töchtern Barbie spielen. Der Spot zeigt am Ende die folgende Aussage: „Gemeinsam verbrachte Spielzeit voller Fantasie wird sie ihr ganzes Leben lang prägen“ und macht deutlich, dass ein Vater zur sozialen, intellektuellen und emotionalen Entwicklung seiner Tochter in ihrem realen Leben beitragen kann, wenn er auch Teil ihrer Spielwelt ist. Mehr unter [www.barbiemedia.com](http://www.barbiemedia.com).

## **Über Mattel**

Mattel erschafft Produkte, die den Zauber der Kindheit in sich tragen. Es ist unser Ziel, der anerkannte Marktführer im Bereich Spielen, Lernen und Entwicklung auf der ganzen Welt zu sein. Zum Portfolio der meistverkauften Marken von Mattel zählen American Girl®, Barbie®, Fisher-Price®, Hot Wheels®,

Monster High® und Thomas & Friends®, so wie viele weitere Marken. Mattel kreiert ebenfalls eine Vielzahl von Produktlinien in Zusammenarbeit mit führenden Unterhaltungs- und Technologie-Unternehmen. Mattel beschäftigt circa 31.000 Mitarbeiter in vierzig Ländern und Gebieten und verkauft in über 150 Nationen Produkte. Mehr erfahren Sie auf: [www.mattel.com](http://www.mattel.com).

---

Inspiziert von Kindern und deren Bedürfnissen verfolgt die Mattel-Unternehmensgruppe das Ziel, weltweit führend in der Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von Spielzeugen und Familienprodukten zu sein. Zum Portfolio der meistverkauften Marken von Mattel zählen American Girl®, Barbie®, Fisher-Price®, Hot Wheels®, Monster High® und Thomas & Friends®, so wie viele weitere Marken. Mattel kreiert ebenfalls eine Vielzahl von Produktlinien in Zusammenarbeit mit führenden Unterhaltungs- und Technologie-Unternehmen. Mattel beschäftigt circa 31.000 Mitarbeiter in vierzig Ländern und Gebieten und verkauft in über 150 Nationen Produkte. Mehr erfahren Sie auf: [www.mattel.com](http://www.mattel.com), [www.facebook.com/mattel](https://www.facebook.com/mattel) oder [www.twitter.com/mattel](https://www.twitter.com/mattel)

## 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)