

Barbie zeichnet jedes Jahr Vorbilder für Mädchen auf der ganzen Welt aus, die sie ermutigen, an ihre Fähigkeiten zu glauben und ihr volles Potenzial auszuschöpfen.

02.03.2022 07:05 CET

Zum Internationalen Frauentag: Digitalpionierin Tijen Onaran wird mit einer eigenen Barbie als Vorbild geehrt um die nächste Generation weiblicher Führungskräfte zu inspirieren

Im Rahmen der „Vorbilder“-Kampagne rückt die Marke in diesem Jahr inspirierende Frauen aus der Wirtschaft in den Fokus – denn in der Arbeitswelt fehlt es Mädchen noch immer an weiblichen Idolen. So trägt Barbie dazu bei, die „Dream Gap“ zu schließen – also die Lücke zwischen Mädchen und der vollen Entfaltung ihres Potenzials.



Frankfurt, 2. März 2022 – Nur 17,7 Prozent der Start-ups in Deutschland werden von Frauen gegründet¹. Eine von ihnen ist Tijen Onaran: Die Unternehmerin, Investorin und Autorin ist Gründerin von Global Digital

Women und engagiert sich für die Sichtbarkeit von Frauen und Diversität in der Wirtschaft. Mit ihrem Unternehmen unterstützt sie Kampagnen zur Frauenförderung bei deren Konzeption und Umsetzung. Mit Tijen zählt nun eines der prominentesten weiblichen Gesichter der deutschen Wirtschaft zu den Barbie „Vorbildern“. Barbie zeichnet jedes Jahr Vorbilder für Mädchen auf der ganzen Welt aus, die sie ermutigen, an ihre Fähigkeiten zu glauben und ihr volles Potenzial auszuschöpfen.



„Ich finde es toll, ein Vorbild zu sein. Ich möchte jungen Mädchen zeigen: Egal, woher du kommst, welche Hautfarbe du hast oder aus welchem Elternhaus du stammst, du kannst deinen Weg gehen! Ich bin davon überzeugt, dass wir Frauen, die als Führungskräfte, Unternehmerinnen oder Gründerinnen an der Spitze stehen, den Weg für andere Frauen ebnen“, sagt Tijen. Mit der Auszeichnung als Barbie „Vorbild“ wird nun zum einen ein ihr nachempfundenenes Barbie Unikat modelliert, zum anderen kann Tijen dank der Reichweite und Plattform von Barbie jetzt noch mehr Mädchen ermutigen, dass auch in ihnen eine Pionierin steckt.



„Wir wissen, dass Kinder sich von der Welt inspirieren lassen, die sie um sich herum erleben. Deshalb ist es für junge Mädchen so wichtig, sich in weiblichen Vorbildern wiederzufinden, die sich Hindernissen gestellt und die ‚Dream Gap‘ letztendlich überwunden haben. Tijen gehört eindeutig zu diesen Frauen, die sich als digitale Pionierin in einer noch immer von Männern dominierten Welt behauptet“, sagt Anne Polsak, Leitung Unternehmenskommunikation bei Mattel Deutschland.

Mit dem „Dream Gap“-Projekt ermutigt Barbie Mädchen, an ihr volles Potenzial zu glauben

Überall auf der Welt sind Frauen in Führungspositionen nach wie vor unterrepräsentiert.² Und tatsächlich heben Mädchen im Alter von fünf bis zehn Jahren seltener die Hand, um etwa die Leitung einer Gruppenaktivität zu

übernehmen. Zudem spüren sie schon in jungen Jahren Gegenwind, wenn sie freiwillig mehr Verantwortung übernehmen wollen. Das haben Untersuchungen des NYU Cognitive Development Lab unter der Leitung des Psychologieprofessors Dr. Andrei Cimpian und der Assistenzprofessorin für Psychologie Dr. Andrea Vial ergeben. In der letzten Phase der Studie fanden die Forscher*innen auch heraus, dass Mädchen – wie übrigens auch Jungs – eher Gruppenaktivitäten leiten wollen, wenn sie weibliche Vorbilder haben. Dieser Aspekt erweitert die Erkenntnis der „Dream Gap“-Forschung, dass Mädchen bereits im Alter von fünf Jahren an ihrem Potenzial zweifeln und das Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten verlieren.

Mit dem "Dream Gap"-Projekt hat Barbie eine mehrjährige globale Initiative ins Leben gerufen. Sie soll das Bewusstsein für Faktoren schärfen, die Mädchen daran hindern, ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Seit dem Start hat die Marke über das Projekt mehr als eine Million US-Dollar an gemeinnützige Partner gespendet, die sich für Gleichberechtigung einsetzen sowie Bildung, Führungsqualitäten und Mentoring-Möglichkeiten für Mädchen fördern.

Starke und mutige Frauen gibt es auf der ganzen Welt

Zum Internationalen Frauentag werden weltweit zwölf Barbie „Vorbilder“ aus allen Bereichen der Wirtschaft geehrt. Darunter sind die US-amerikanische Drehbuchautorin Shonda Rhimes („Grey’s Anatomy“) und die britische Make-up-Künstlerin und Gründerin von Pat McGrath Labs, Pat McGrath.



¹Quelle: *Female Founders Monitor 2021*

²Quelle: [2020/21 Women's Entrepreneurship Report: Thriving through Crisis.](#)

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