

Mehr Pink für die Welt!

MICHEL IMHOF

Plastik, Pink und eine perfekte Figur: Die wohl berühmteste Puppe der Welt wird mit viel Oberflächlichkeit in Verbindung gebracht. Umso erstaunlicher, hat sich die für gesellschaftskritische Filme bekannte Regisseurin Greta Gerwig (39) der Aufgabe angenommen, einen Streifen über Barbie zu drehen – allerdings mit der Voraussetzung, völlig freie Hand bei der Geschichte zu haben. Entstanden ist eine Story, die den Feminismus hochleben lässt.

Schon als der Trailer von «Barbie» herausgekommen ist, wurde über den Streifen diskutiert: Greta Gerwig hat eine ultratraktische Barbie-Welt erschaffen, mittendrin die grandiose Hauptdarstellerin Margot Robbie (33) mit Sidekick Ryan Gosling (42). Man fragte sich nach der gut zwei-



Margot Robbie bei einer Fan-Veranstaltung in Sydney.

Tickets zu gewinnen

Der Film läuft ab sofort in den Deutschschweizer Kinos – und Blick bringt Sie ins Barbie-Land! Gewinnen Sie zwei Tickets für das pinke Kinohighlight mit Barbie und Ken. Die Freikarten sind in allen Schweizer Kinos für die Barbie-Vorstellung Ihrer Wahl einlösbar. Teilnahme-schluss ist am 26. Juli 2023. Mitmachen unter: www.blick.ch/barbie

einhalbinütigen Vorschau: Wird das seichter Kitsch? Mitnichten. Kitsch, ja. Seicht, von wegen.

Der Film schafft es, Gesellschaftskritik an unserer heutigen Welt mithilfe der überzeichneten, pinken Barbie-Welt zu üben. Die Hauptfigur leidet immer mehr unter seltsamen Symptomen: Ihre Füsse werden flach, sie hat Alpträume, Cellulite, Mundgeruch und denkt gar an den Tod. Für die heile Barbie-Welt sehr untypische Vorgänge. Die Protagonistin muss also in die echte



Sogar der Käfer entpuppt sich als Fan.



Welt reisen, um den Ursprung ihres Leids zu finden.

Dort angekommen, ist die Klischee-Blondine überfordert. Ein Plakat der Miss-Universe-Wahl nimmt sie als Team von Gerichtsvorsitzenden wahr, bei

Baustellen geht sie davon aus, dass dort Frauen arbeiten. In ihrer eigenen Welt werden wichtige Positionen, von der Präsidentin bis zur Nobelpreisträgerin, von Barbie besetzt. Das männliche Pendant, Ken,

ist gleichzeitig nur dort, um die Aufmerksamkeit von Barbie zu bekommen. Auch dieser, gespielt von Gosling, hat den Weg in die

reale Welt gefunden. Für ihn eine Erleuchtung: Männer bestimmen in der realen Welt das Geschehen, sind Geschäftsleute und sogar Präsidenten. Ken ist so begeistert, dass er Bücher über das Patriarchat liest – und

deren Einflüsse ins heile Barbie-Land bringt. So viel zum Plot. «Barbie» ist ein Film für Menschen, die Barbie hassen. «Barbie» ist ein Film für Menschen, die Barbie lieben.» – so wird der Streifen im Trailer beworben.

Man kann ihn auch so zusammenfassen: ein Ausflug in eine LSD-inspirierte Kitsch-Welt, der zum Nachdenken anregt. Eine pfannenfertige Lösung für echte Gleichberechtigung liefert der Film zwar nicht, da-

für 114 Minuten Unterhaltung, gepaart mit einigen Fremdschäm-Momenten für unsere Gesellschaft. Und der Erkenntnis: Pink muss keine Meitfarbe sein. Mehr Pink täte der ganzen Welt gut.

Knallbunt
Margot Robbie verkörpert Barbie, Ryan Gosling Ken.

Barbie in Zahlen

1 Mrd

Barbies Am 9. März 1959 wurde die erste Barbiepuppe verkauft. Laut Hersteller Mattel gingen bislang über eine Milliarde Barbies über die Ladentische. Pro Jahr verkauft Mattel zwischen 50 und 60 Millionen Barbies.

150

Länder Offizielle Barbie-Verkaufsstellen gibt es in 150 (von weltweit knapp 200) Ländern.

1,5 Mrd

Dollar Mattel machte 2022 rund 1,5 Milliarden Dollar Umsatz mit der Marke Barbie. Das ist über ein Viertel des Gesamtumsatzes von 5,4 Milliarden Dollar, den Mattel erzielte. Zum Konzern gehören 221 Marken, darunter Fisher-Price, Uno und Hot Wheels.

15,5 Mio

Dollar 2022 erhielt Mattel-CEO Ynon Kreiz (58) einen Lohn von 15,5 Millionen Dollar, COO Richard Dickson (52) verdiente 7,75 Millionen Dollar.

3

Dollar Die erste Barbie kostete 3 Dollar. Nach heutiger Kaufkraft entspricht dies einem Preis von rund 31,50 Dollar. Aktuell kosten Barbies in den USA zwischen 20 und mehreren Hundert Dollar.

302.500

Dollar Eine Barbie erzielte einen Preis von 302.500 Dollar. Sie wurde vom australischen Schmuckdesigner Stefano Canturi bestellt und ist ein Einzelstück. Die Puppe trägt ein Halsband mit einem seltenen rosa Diamanten aus der australischen Argyle-Mine.

10 Mio

Barbies Das bislang bestverkaufte Modell war die Barbie «Totally Hair» mit bodenlangem Haar. Sie kam 1992 auf den Markt und wurde über 10 Millionen Mal verkauft.

25.000

Dollar Herkömmliche Barbies in limitierter Auflage sind laut Sammel-Websites 1000 bis 7000 Dollar wert, «Holiday Barbies» bis zu 2000 Dollar, «Color Magic Barbies» können 1000 Dollar erzielen. Für sehr seltene und gut erhaltene Vintage-Barbies bezahlen Sammler auch mal bis zu 25.000 Dollar.

20 Mio

Abonnenten Barbie ist auch auf Social Media ein Phänomen. Der Barbie-YouTube-Kanal hat über 20 Millionen Abonnentinnen und verzeichnete bislang über 23 Milliarden Zuschauerminuten. Die Barbie-Apps haben durchschnittlich über 7 Millionen monatlich aktive User.

17.000

Barbies Laut Guinnessbuch der Rekorde besitzt die Deutsche Bettina Dorfmann die grösste Barbie-Sammlung, mit über 17.000 Puppen – die älteste ist von 1966.

Von der süssen Puppe zum feministischen Symbol

Barbie ist Kult, ebenso ihre Lieblingsfarbe Pink. Früher ein niedliches Spielzeug, hat es die berühmteste Puppe der Welt heute zum emanzipierten Vorbild für Frauen gebracht. Wenn jetzt der Film «Barbie» startet, werden sich die Kinosäle trotz Sommerwetter füllen.

Die Popularität von Barbie ist nicht selbstverständlich. Noch in den Siebzigerjahren galt die Puppe mit der anatomisch unmöglichen Figur als Feindbild des Feminismus. Damals wurde die Taille dünner und der Busen grösser. Ein sexualisiertes und unrealistisches Schönheitsideal.

Dazu kommt der halbgeöffnete Mund. Die erste Barbie von 1959 hatte den Blick sogar schräg nach unten gerichtet – devot, wie es zum Frauenbild der Zeit passte. Eine Verniedlichung der Weiblichkeit, die erst 1971 angepasst wurde, nachdem sich vor allem auch Eltern über die sexualisierte Puppe beim Hersteller Mattel beschwert hatten. Die Taille wurde erst 1991 um wenige Millimeter erweitert.

Einer, der sich mit der Entwicklung von Barbie bestens auskennt, ist der

Wissenschaftler Frederik Kamlings. Er schreibt seine Doktorarbeit über Barbie. «Es gibt psychologische Studien, die den Einfluss der Barbie auf die Körperwahrnehmung von Mädchen feststellen», sagt er.

Die superdünne Figur gerät in Kritik, und die Kultpuppe aus Kalifornien kommt in die Krise: Zwischen 2011 und 2015 musste Mattel Verluste von über 30 Prozent hinnehmen. Zu Beginn der 2000er-Jahre reagierte der Konzern mit leichten Korrekturen.

Kampe sagt: «Der Körper wird jugendlicher. Barbie bleibt dünn, aber die Taille wird weiter und die Brüste kleiner.» Den Höhepunkt der Körperkritik löst die Abbildung einer originalen Bikini-Barbie auf dem Cover des Magazins «Sports Illustrated» zum 50-Jahr-Jubiläum 2014 aus. Jetzt reagiert der Hersteller Mattel wirklich.

Zwei Jahre später begann er mit einer wahren Diversitätsoffensive: Es erschien eine Reihe neuer Puppen mit 35 verschiedenen Hautfarben, 94 Frisuren und Haartexturen sowie mit neun unterschiedlichen Körperformen und Massen.

Kampe sagt: «Auffällig ist, dass diese teilweise von den klassischen Barbie-Gesichtszügen abweichen und nun auch Merkmale wie einen stärkeren Kiefer, schmalere Augen, breitere Augenbrauen oder eine grössere Nase aufweisen.» Damit können sich auch Kinder, die nicht dem klassischen Barbie-Image entsprechen, mit der Puppe identifizieren.

Seither geht Barbie schneller mit dem Zeitgeist, 2015 startete auf Youtube der Barbie-Vlog. Dort diskutiert Barbie über leichte wie ernste The-

men – etwa Rassismus oder Verunsicherung während Corona.

Tatsächlich war es die Pandemie, die Barbie wieder zum Höhenflug verholfen hat: Zu Hause wurde mehr gespielt, dies bescherte dem Hersteller Mattel 2020 Rekordumsätze in der Höhe von 1,5 Milliarden Dollar.

Die Ankündigung der Verfilmung mit den Superstars Margot Robbie (33) und Ryan Gosling (42) hat den Kult um die Puppe weiter angeheizt. Und die Sehnsucht nach einer rosafarbenen, heilen Welt ist in n Krisenzeiten nach wie vor gross.

Aber wann genau hat sich Barbie eigentlich emanzipiert? Für den Barbie-Profi Kampe war die Kultpuppe schon immer der Zeit voraus: «Das Potenzial, als emanzipiertes Vorbild, war von Anfang an da. Aber die Ambivalenz, dass eine erfolgreiche Frau einen unrealistisch makellosen Körper hat, ist oft schwer auszuhalten.»

Klassisches Beispiel sei Barbie, die als Astronautin auf dem Mond war, bevor es dem ersten Menschen gelang. «In den 1980er- und 1990-Jahren bleibt Barbie emanzi-

patorischen Elan schuldig», sagt Kampe. Sie ist hier häufig als Figur zu sehen, die gern shoppen geht und sich mit ihren Freundinnen eine gute Zeit macht. «Erst in den 2000er-Jahren werde sie dem Anspruch als emanzipiertes Vorbild wieder gerechter.

Eine interessante Rolle spielt übrigens Ken, der von Anfang an im Schatten von Barbie steht. Kampe: «Er ist die einzige männliche Figur, die ausschließlich durch eine weibliche funktioniert. Ohne Barbie kein Ken.»

KATJA RICHARD

«Ich wäre lieber Barbie als Mensch»

Alle lieben Barbie! Diesen Eindruck konnte man am Dienstagabend am Blick-Gala-Screening des wohl meistverwarteten und knalltönen Film des Jahres bekommen. 400 Personen nahmen am exklusiven Event im The Studio and Blue Cinema Corso in Zürich teil. Darunter auch zahlreiche Prominente und Influencer.

«Ich bin ein riesiger Barbie-Fan», schwärmt Moderatorin und Ex-Bachelorette Adela Smajic (30). Als Kind hätten die Puppen eine besondere Faszination auf sie ausgeübt. «Ich habe immer nachgeschaut, wie es zwischen den Beinen dort aussieht», sagt sie mit einem Lachen. «Aber man sah nichts.» Beeindruckt habe sie besonders ihre Meerjungfrau-Barbie.

Zu radikalen Massnahmen griff die TV-Köchin Meta Hiltbrand (40). «Ich hatte viele Barbies. Aber ich habe allen immer die Haare abgeschnitten und mich nachher gewundert, dass sie nicht nachgewachsen sind», erzählt sie grinsend.

Dass der «Barbie»-Film mit seinen übertriebenen Klischees in Zeiten von Frauenrechtsbewegung erscheint, ist für sie



Influencerin Raffaella Zollo am Gala-Screening von Blick.

nicht überraschend. «Klar ist Barbie als Figur total überzeichnet. Aber man muss den Herstellern auch eingestehen, dass Barbie schon früh die verschiedenen

den jungen Frauen zeigte, was sie alles erreichen können.» Auch für Influencerin Raffaella Zollo (30) ist Barbie ein Vorbild – und noch mehr. «Ich wäre lieber Barbie als Mensch», sagt sie kurz nach dem Film. Was sie mit der Puppe verbindet? «Sie ist eine starke Frau, unabhängig, kann alles, ist zielstrebig und sehr hübsch», so Zollo selbstbewusst. Für sie ist das Fazit klar: «Barbie ist eine absolute Ikone.»

MICHEL IMHOF



Die Erste
1959 kam Barbie auf den Markt – noch sehr devot.



Divers

Nach ihrem 50. Geburtstag und viel Kritik wurde Barbie plötzlich vielfältig.