

Zu sexy fürs Kinderzimmer?

Mit viel Make-up und knappen Klamotten drängen die „Bratz“ in die Mädchenwelt

Von Andrea Schmidt

Die grell geschminkten Lider hängen tief über den gelangweilten Augen, die vollen Lippen über der winzigen Stupsnase sind zum fordernden Kussmund gemalt. Yasmin, Chloé, Sasha und Jade haben den Hollywood-Style, ein leicht trashiges Auftreten, das sie in eine Liga mit Starlets wie Nicole Ritchie, Paris Hilton und Lindsay Lohan befördert. Die Size-Zero-Jeans sitzen knapp auf den mageren Hüften, die Miniröcke sind kürzer als die Polizei erlaubt. Auf schwindelerregend hohen Stiletos und Plateaustiefeln tipeln die vier als „Bratz“ (zu Deutsch etwa: „Gören“) durch die Welt – bewundert von Millionen sehr jugendlichen Fans.

„Bratz gegen Barbie“ heißt der neue Spielzeugkrieg – und die aufgetakelten Puppen Marke Bratz sind der blonden Vorzeigepuppe mittlerweile weit voraus. Sie sind die meistverkauften Modepuppen in England, Kanada und Australien, weltweit erreichen sie einen Marktanteil von 40 Prozent. Über 150 Millionen Mal gingen sie seit ihrer Einführung 2001 über den Ladentisch. Zum ersten Mal in der fast 50-jährigen Geschichte der Barbie ist die Königin der Modepuppen entthront worden. Seit kurzem sind die Bratz-Puppen auch in Deutschland erhältlich, zunächst zum appetitanregenden Kennenlern-Preis von 9,99 Euro – eigentlich kosten die Puppen mehr als doppelt so viel.

Die dazugehörige Zeichentrickserie „Bratz“ hat die jugendliche Kundschaft bereits auf die Lancierung des neuen Produkts vorbereitet – mit Spitzenquoten von bis zu 38% Marktanteil bei den Drei- bis Dreizehnjährigen auf Super RTL.

Über diesen Erfolg kann sich die US-amerikanische Firma Micro Games of America (MGA) freuen, die angetreten ist, um Barbie in ihre Schranken zu weisen. Gründer Isaac Larian, ein gebürtiger Iraner, der als Teenager mit nur 750 Dollar in der Tasche in die USA gekommen sein soll und heute das größte private Spielzeugunternehmen der Welt führt, gibt sich im US-Fernsehen gerne kämpferisch mit Sprüchen wie „Barbie ist alt. Ich schmeiße ihr eine Party, wenn sie sich zur Ruhe setzt.“

Larians Bratz-Mädchen sind alles an-

dere als altbacken. Sie verkörpern vielmehr die Art von Jugendträumen, die im echten Leben Jungstars wie Britney Spears und Paris Hilton verkaufen: Flirten, Party machen und einkaufen, bis die goldene Kreditkarte glüht. Die New York Times nennt die Bratz „übermäßig sexy“ – dabei sind sie für Kinder im Puppenspiel-Alter gedacht.

Tatsächlich funktionieren die Bratz nach dem Spice-Girls-Prinzip, sie könnten nicht besser gecastet sein: Vier völlig unterschiedliche Mädchentypen hat MGA geschaffen, jede repräsentiert einen anderen kulturellen Hintergrund.

Die blonde Chloé ist sportlich, das typische All American Girl. Sie ist mutig und kontaktfreudig und träumt von der großen Liebe. Die anderen Bratz nennen sie Engel, weil sie ein so liebes Mädchen ist.

Sasha dagegen ist ein afroamerikanischer Typ à la Beyoncé Knowles. Ihr liegt die Musik im Blut, sie tanzt und versucht sich als Produzentin.

Yasmin ist eine lateinamerikanische Schönheit, die das Gespür für Mode und eine tolle Stimme hat. „Kleine Prinzessin“, nennen die anderen sie.

Jade schließlich, die Vierte im Bunde, hat einen asiatischen Porzellanteint und eine kreative Ader. Sie gibt sich cool und geheimnisvoll und trägt Trend-Klamotten.

Inzwischen spinnt sich um die Püppchen ein wahres Merchandising-Imperium: Es gibt ein Magazin über die Bratz, bekannte Songschreiber wie Matthew Gerrard, der auch für menschliche Super-



Heftig gestylt zum Erfolg: US-Psychologen sorgen sich, dass die „Bratz“-Puppen schon Vierjährige auf Paris-Hilton-Kurs bringen könnten. MGA (2)

stars wie Kelly Clarkson arbeitet, schreiben Songs, die die Bratz-Figuren in der Serie trällern – die natürlich aber auch auf CD zu haben sind. Es gibt Bratz-Handys, Inline-Skates, Computerspiele. Acht- bis Zwölfjährige können sich mit der Bratz-Modelinie in Kunstfellwesten und Glitzerjeans für 40 bis 120 Dollar kleiden.

Doch auch die Welt der Bratz ist nicht makellos: Wie die echten Hollywood-Partyqueens müssen auch die vier Zuckerpuppen mit harscher Kritik an ihrem lockeren Lebenswandel leben. Nicht nur der New York Times missfällt ihre Sexiness, die „American Psychological Association“ (APA) etwa rügte sie im Februar 2007 in einem Report über die Sexualisierung von jungen Mädchen: „Es ist besorgniserregend, dass die Puppen, die für vier- bis achtjährige Mädchen gedacht sind, mit einer erwachsenen Sexualität versehen sind.“

Die Bratz gehen auf Dates und tragen dabei bauchfreie Tops, Netzstrümpfe und Lippenstift, in die „Secret Date“-Linie sind sogar Champagnergläser integriert. „Unsere Puppen sind modisch, und die Mode ist heute eben sexy“, sagt die Bratz-Designerin Paula Treantefelles dazu.

Für den ersten Bratz-Kinofilm mit echten Schauspielerinnen, der am 3. August in den USA anläuft, wurden die Bratz auf jeden Fall ein bisschen gezähmt. Hier mögen die vier Powergirls Hausarbeit und sagen Sätze wie: „Mama ist meine Heldin.“

Netter Versuch. Aber wohl ein bisschen zu durchschaubar, um kritische Eltern zu überzeugen.



ZUR PERSON

Jade, Chloé, Sasha und Yasmin heißen die vier modesüchtigen High-School-Girls, die die US-amerikanische Firma MGA im Jahr 2001 als „Bratz“-Puppen auf den Markt brachte. Heute sind die „Bratz“ die meistverkauften Modepuppen in England, Kanada und Australien. Jetzt gibt es sie auch in Deutschland zu kaufen. Die oft freizügig gekleideten Puppen sorgten in den USA immer wieder für Kontroversen.

„Bratz - The Movie“ läuft in den USA am 3. August an, der erste Real-Life-Kinofilm über die Bratz-Figuren, produziert von Avi Arad („Spiderman“) und der Sängerin Paula Abdul. In Deutschland ist ab August die Unterlinie „Bratz Magic Hair“ erhältlich, im September soll das Bratz-Magazin im Panini Verlag folgen.

LEUTE

Harry-Potter-Autorin schreibt schon wieder



Erfolgsautorin Joanne K. Rowling, 41, arbeitet nach dem Ende ihrer Harry-Potter-Serie bereits an zwei neuen Büchern.

„Eins davon ist ein Kinderbuch, das andere ist nicht für Kinder“, sagte Rowling in einem Interview mit der Zeitung USA Today. Mehr wollte sie nicht verraten. Sie sei sich aber darüber im Klaren, das wohl nichts, was sie schreibe, an die Beliebtheit von Harry Potter herankomme. „Das weiß ich seit Jahren, und ich akzeptiere das.“

Mutmaßlicher Erpresser von Tom Cruise in Haft

Ein Fotohändler, der den US-Schauspieler angeblich erpressen wollte, ist vom FBI in Kalifornien festgenommen worden. Der Mann soll einem Mitarbeiter des 45-jährigen Hollywoodstars vor sechs Wochen Fotos von der Hochzeit von Tom Cruise und Katie Holmes zum Verkauf angeboten und dafür über eine Million Dollar verlangt haben, berichtete der Internetdienst „E!Online“ gestern unter Berufung auf den Anwalt des Schauspielers. Der 47-jährige Händler sitzt in Los Angeles in Untersuchungshaft.

Leonard Nimoy spielt noch einmal Mr. Spock

Der US-Schauspieler schlüpft auf seine alten Tage noch einmal in die Rolle des Mr. Spock auf dem Raumschiff Enterprise: Der 76-Jährige spielt im nächsten „Star Trek“-Film, der an Weihnachten 2008 ins Kino kommen soll, wieder den spitzohrigen Logiker vom Planeten Vulkan. „Das wird wirklich ein großartiger Film“, sagte Nimoy vor 6500 Fans auf einer Comic-Konferenz in San Diego. Den jungen Spock spielt „Heroes“-Star Zachary Quinto, der auf der Veranstaltung Nimoy erstmals traf.



Präparator von Hagens darf Titel tragen

Das Oberlandesgericht Karlsruhe hat den Leichen-Präparator Gunther von Hagens von dem Vorwurf freigesprochen, unberechtigt einen chinesischen Professorentitel geführt zu haben. In einem gestern veröffentlichten Beschluss hob das OLG ein anders lautendes Urteil des Landgerichts Heidelberg vom 28. September 2006 auf. Darin war von Hagens wegen Titelmissbrauchs in drei Fällen verwarnet worden. Dagegen hatten der Leichenpräparator und die Staatsanwaltschaft Berufung eingelegt. Auf Dokumenten war die chinesische Herkunft des Titels unerwähnt.