

Ausschnitt
der Barbie-
Homepage



SPIELZEUG

Barbie, politisch korrigiert

Barbie-Puppen gelten als Verkörperung eines stereotypen US-Schönheitsideals, des California-Beach-Girls – und sind zwangsläufig nicht jeden Kindes (oder Vaters) Geschmack. Jetzt bietet der Hersteller den Puppeneltern Gelegenheit, ihr Wunschbalg individuell zusammenzustellen. Auf der Internet-Seite www.barbie.com können per Mausklick Haut-, Augen- und Haarfarbe, Frisur und Kleidung gewählt werden. Auch eine Vita soll der Besteller seiner Puppe anpassen. Wahlweise darf sie ein Großstadtgörl sein oder Landpomeranze, ihren Lebensunterhalt als Hausfrau verdienen, aber auch als Pilotin oder Managerin, im Sportstudio ihre Muskeln stählen oder im Hörsaal den Geist schärfen, gern mit Familie und Hund fernsehen oder scharf auf Jungs sein. Über 600 000 mal täglich werden die Seiten abgerufen. Welche Merkmale am beliebtesten sind, verrät der Hersteller nicht. Nur soviel: Blaue Augen und dunkelbraunes Haar liegen im Trend. Angereist kommt die Plastik-Dame mit der Post, vorerst allerdings nur an Zielorte innerhalb der USA.



Disco-Besucher im „Miniscule of Sound“

FREIZEIT

Rappelkiste mit DJ

Während hierzulande Raver für die nächste Love Parade sparen, entdecken die Party-Kollegen in Großbritannien die Vorzüge kleinerer Clubs. An der Trendspitze steht das „Miniscule of

Sound“: Die mit ihren knapp drei Quadratmetern Bodenfläche vermutlich kleinste transportable Disco der Welt bietet Platz für zwölf Personen und paßt in den Garten oder aufs Hausdach. Der Aufbau der Sperrholzwände dauert zwei Stunden, dann steht der Tanz-Kasten, komplett mit Glitter-Deko, Discokugel und Warnschild: „Zigarettenqualm nicht in Richtung DJ blasen“. Lichttechniker, Türsteher und DJ werden für rund tausend Mark pro Party mitgeliefert. Die Gästeliste sollte aber handverlesen sein. Mit Schrecken erinnert sich Keef Mate, Konstrukteur der Disco-Kiste, daß seine Helfer einmal die Tanzbude blitzschnell von außen mit aufeinandergestapelten Kohlsäcken stabilisieren mußten: „Die Wände wären sonst regelrecht aus dem Rahmen gesprungen.“

S. WILLIAMSON

H. REINHARD / OKAPIA

TEXTILIEN

Verdächtig günstig

Franz-Josef Wortmann, 46, Leiter der Faseranalytik am Deutschen Wollforschungsinstitut der Technischen Hochschule Aachen, über angebliche Betrügereien bei der Kennzeichnung von Kaschmirware

SPIEGEL: Vergangene Woche erschienen Presseberichte, wonach 60 Prozent der als Kaschmir gekennzeichneten Wolltextilien getürkt seien. Sollten die Kunden bei ihren Beutezügen im Schlußverkauf mißtrauischer sein?

Wortmann: Das Ganze ist nicht so dramatisch. Falsch gekennzeichnet sind nicht 60 Prozent der im normalen Handel erhältlichen Produkte, sondern 60 Prozent der Ware, die zum Beispiel den Einkäufern großer Kaufhäuser angeboten wird.

SPIEGEL: Und die wenden sich an Sie, weil sie unsicher sind?

Wortmann: Ja, etwa wenn sie große Posten Kaschmirpuller zu verdächtig günstigen Preisen kaufen können. Sie wollen wissen, ob alles mit rechten Dingen zugeht.

SPIEGEL: Dennoch: Das große Angebot an Kaschmirware zu ungewöhnlich niedrigen Preisen erstaunt zur Zeit viele Kunden.

Wortmann: Dafür ist die angespannte wirtschaftliche Lage in Asien verantwortlich. Die Hersteller der Rohstoffe und der Textilien verkaufen zu niedrigeren Preisen.

SPIEGEL: Auffällig sind die Preisschwankungen: Im Handel sind Pullover für 150, aber auch für 500 Mark.

Wortmann: Es gibt dicke und dünne Kaschmirfasern: je dünner die Faser, desto höher der Preis.

SPIEGEL: Also totale Entwarnung?

Wortmann: In den Kaufhäusern schon. Aber ich würde für nichts garantieren, was auf einer Kaffeefahrt verkauft wird.



Wortmann



Kaschmirziege