

## Wirtschaft

# Puppenzirkus am Ende der Unschuld

Schönheitswettbewerbe für Kleinkinder sind in den USA ein einträgliches Business: Je mehr Barbie, desto besser.

Alexandra Riegler Charlotte/USA

Sie heißen „Our Diamond Miss“, „America's Pampered Prince and Princess“, „Little Miss & Mister Hawaiian Tropic“ und „Mini Majestic NC Pickle Princess“. Kinder von null bis Teenie posieren auf Hotelbühnen in den USA um Titel, Krönchen und das wohlwollende Nicken der Eltern. Dabei ist, wer aufrecht sitzen kann. Rund eine Viertelmillion kleiner Amerikaner dürfte jedes Jahr an bis zu 3000 Schönheitswettbewerben teilnehmen, schätzt Phyllis Coleman, Professorin für Rechtswissenschaften an der Nova Southeastern University. Buben marschieren ebenfalls über die Laufstege. Von den Präsentatoren erfährt man, dass sie mit knappen drei Jahren gerne im Sand spielen und bereits für den Weltfrieden eintreten.

Das Business rund um die „Little Miss Sunshines“ des Landes ist ein ernstes: Mütter, die jede Schleife an den mehrere Hundert US-Dollar teuren Kostümen zurechtzupfen und danach, aus den Zuschauerreihen, spiegelbildlich die Tanzvorstellung ihres Nachwuchses zum Besten geben. Denn wer erst einmal von den regionalen in die nationalen Bewerbe vorgedrungen ist, rittet vor den Preisrichtern um Geld. Mehrere Tausend US-Dollar lassen sich gewinnen, bisweilen sogar Autos. Die Kinder lernen mit Konkurrenz umzugehen, das vergessen Mütter nie anzufügen, weil das Leben da draußen ein unbarmherziges Pflaster sei.

## Am Ende der Unschuld

Fernsehdokumentationen wie *Living Dolls* (englisch für „Lebende Puppen“) verpassten den USA Ende der 90er Jahre einen kräftigen Schrecken. Einem abgehalfterten Las-Vegas-Girl nachempfunden, kräht da eine Fünfjährige „Eines Tages bin ich Miss America“ in die Kamera – die Lippen in Violetrot, die toupierten Haare zu einem riesenhaften Kopf frisiert. Ein Jahr im Leben des kleinen Mädchens Swan Brooner wurde da gezeigt, wie sie sich durch regionale und landesweite Schönheitsbewerbe singt und tanzt. Die Mutter sagt: „Ich muss drei Jobs machen, um sie so weit zu bekommen.“ Sie spricht auch über die Herausforderung, „nährende Mutterfigur“ zu sein. „Schultern zurück“, herrscht sie ihren Spross an, „Kinn nach oben.“ Swan sei spät dran, weil sie erst mit vier Jahren ins Wettbewerbsgeschäft eingestiegen sei. Andere seien da schon längst dabei.

Wie sehr Kinder in den weitgehend für harmlos gehaltenen Schönheitswettbewerben zu Puppen stilisiert wurden, geriet für die breite Öffentlichkeit zum Schock. Eine Fünfjährige mit Ganztagsjob, bezahlt in Spielzeug und Krönchen. Siebenjährige, die auf der Bühne mit den Franco Andolfos des amerikanischen Südens kokettierten, den sexy Augenaufschlag im Trockentraining daheim geübt. Nichts daran scheint unschuldige Kostümierung, vielmehr wird

eine Sexualisierung im jüngsten Alter betrieben. Die augenfällige Verbindung mit Erotik jedoch, wenn beim Auftritt die Jacke ausgezogen wird, um ein bauchfreies Top freizugeben, wollen die Eltern partout nicht erkennen. Es sähe doch alles so „cute“ (englisch für niedlich) aus. „Das Interesse der Organisatoren ist es, Geld zu verdienen. Es ist nicht ihre Aufgabe, Kinder zu beschützen, und sie tun es auch nicht“, stellt Coleman dezidiert

klar. Diese Rolle würde den Eltern zukommen. Doch manche würden nicht im besten Interesse ihrer Kinder handeln.

## Tiefpunkt und massive Vorwürfe

Mitten in die florierende Industrie hinein, die Coleman auf ein Volumen von bis zu fünf Mrd. US-Dollar (3,39 Mrd. Euro) schätzt, wurde Ende der 90er Jahre die sechsjährige Schönheitskönigin Jon Bénet Ramsey ermordet. Der bis heute

ungeklärte Kriminalfall bescherte der Branche eine Reihe vernichtender Porträts, die Teilnehmerzahlen brachen ein, und in den Medien sprach man gar davon, dass hier der Pädophilie Vorschub geleistet würde. Die Veranstalter geben sich seither zugeknöpft, bei den Events bleibt man gern unter sich, Medienvertreter sind nicht allzu gerne gesehen.

Fortsetzung auf Seite 14

Moderne Telekommunikation kann viel mehr als Menschen akustisch miteinander verbinden. Heute kommuniziert man von Computer zu Computer, von Handy zu Datenbank und umgekehrt, simultan mit vielen Gesprächspartnern von Angesicht zu Angesicht, weltweit und ortsunabhängig. Kapsch errichtet diese Lösungen und sorgt dafür, dass alle Komponenten harmonisch ineinander spielen. Egal, ob neue Netzwerke entworfen oder weitere Lösungen und Applikationen in die bestehende Infrastruktur integriert werden. Kompetenz und Service haben uns zum führenden Systemintegrator in Österreich gemacht. In allen Fragen rund um Ihre Netzwerkarbeit, Kommunikations- und IT-Lösungen sind wir ganz einfach „one step ahead“ | [www.kapschbusiness.com](http://www.kapschbusiness.com)

**kapsch** >>>  
always one step ahead

Es kommt nicht unbedingt darauf an,  
aus welchen Komponenten eine  
Kommunikationslösung zusammengestellt ist.  
Sondern wie sie ineinander spielen.



Kapsch BusinessCom