

ICONIC DESIGN

*Barbie*™ × HEWI

# Design with Limitless Possibilities

Celebrate individuality and style with our iconic collaboration, where the world's most iconic doll inspires the leading brand in bathroom excellence.

The Barbie™ x HEWI collection embodies the spirit of independence, inspiration and appreciation, for everyone's unique being.

Embrace the idea that good design should be open to all. When we design for everyone, we design with limitless possibilities.

# Design mit grenzenlosen Möglichkeiten

Feiern Sie Individualität und Stil mit unserer ikonischen Zusammenarbeit, bei der die bekannteste Puppe der Welt die führende Marke für höchste Qualität im Bad inspiriert.

Die Barbie™ x HEWI Kollektion verkörpert den Geist der Unabhängigkeit, Inspiration und Wertschätzung für die Einzigartigkeit jedes Menschen.

Folgen Sie der Idee, dass gutes Design für jeden zugänglich sein sollte. Wenn wir für alle gestalten, schaffen wir grenzenlose Möglichkeiten.



# Wo Design auf Haltung trifft

## Where Design Meets Purpose

INTERVIEW MIT RUTH HENRIQUEZ | MATTEL

**Die Barbie™ x HEWI Kollektion ist eine Premiere in der Sanitärbranche. Welche strategische Bedeutung hat diese Kooperation für Mattel?**

Diese Zusammenarbeit ist ein starkes Beispiel dafür, wie unsere Marke neue Wege geht, um KonsumentInnen über verschiedenste Branchen hinweg anzusprechen. Mit Barbie greifen wir nicht nur ihren kulturellen Einfluss auf, sondern nutzen ihn gezielt, um inklusivere und fantasievollere Welten zu gestalten. HEWI ist ein Pionier in barrierefreien, designorientierten Raumkonzepten – gemeinsam haben wir eine Kollektion geschaffen, die Designästhetik und gesellschaftliche Relevanz verbindet. Strategisch gesehen erweitern wir Barbie so über Lifestyle und Mode hinaus, hin zu Architektur und Produktdesign und stärken ihre Position als generationsübergreifende, inklusive und designbewusste Ikone.

**Wie wichtig sind Partnerschaften wie diese für Barbie?**

**Und wo liegen die Herausforderungen?**

Kooperationen sind essenziell für die KonsumentInnenbindung. Jede Zusammenarbeit ist eine Chance, zu überraschen, Erwartungen herauszufordern und neue Zielgruppen zu erreichen – sei es durch Mode, Film, Gaming oder wie hier durch Design und Architektur. Die Herausforderung besteht darin, die Markenidentität zu wahren und zugleich etwas wirklich Gemeinsames zu schaffen. Darum suchen wir Partner wie HEWI: Marken, die Barbie nicht nur „passen“, sondern ihren Zweck erweitern und dabei ihre eigene Geschichte, Expertise und Vision einbringen.

**Was begeistert Sie persönlich an HEWI und am Designverständnis des Unternehmens?**

HEWI gelingt es auf beeindruckende Weise, Form und Funktion scheinbar mühelos zu vereinen, in Wahrheit aber mit tiefem Gestaltungswillen. Seit fast einem Jahrhundert innoviert das Unternehmen in Bereichen, die oft übersehen werden, wie Sanitär- und barrierefreie Räume, und macht diese attraktiv. Besonders schätze ich das klare Bekenntnis zu Universal Design: Produkte, die intuitiv, inklusiv und ästhetisch anspruchsvoll sind. Es ist selten, einen Partner zu finden, der sich so nahtlos mit unserer Mission deckt: über Design eine inklusivere Welt zu schaffen.

**Welche Rolle spielt Design in der Welt von Barbie? Sehen Sie Parallelen zwischen Mode- und Produktdesign?**

Design ist zentral für die Identität von Barbie, sei es in einem Couture-Kleid oder im clever konstruierten DreamHouse. Mode- und Produktdesign sind kreative Disziplinen, aber auch zutiefst menschliche. Beide stellen sich die Frage: Wie kann Zukunft aussehen? Seit über 65 Jahren dient Barbie ModedesignerInnen als Muse und jetzt inspiriert sie auch ProduktdesignerInnen, inklusivere und freudvollere Umgebungen zu gestalten. Diese kreative Schnittmenge macht die Kollektion so faszinierend.

---

**RUTH HENRIQUEZ**  
Head of Licensing,  
Publishing & LBE, Mattel EMEA

# Barbie™ x HEWI

INTERVIEW WITH RUTH HENRIQUEZ | MATTEL

**The Barbie™ x HEWI Collection is a first in the sanitary sector. What strategic significance does this collaboration hold for Mattel?**

This collaboration is a powerful example of how our brand can connect and with consumers through new industries. With Barbie, we are not only tapping into her cultural influence but using it as a platform to shape more inclusive and imaginative worlds. HEWI is a pioneer in barrier-free, design-led environments – together, we've created a collection that is both beautiful in design and purpose-driven. Strategically, this expands Barbie beyond lifestyle and fashion, into architectural and product design, reinforcing her position as a cross-generational, inclusive and design-relevant icon.

**How important is it for Barbie to explore partnerships like this? And what are the complexities?**

Collaborations are integral for consumer engagement. Each one is an opportunity to surprise, to challenge expectations, and to reach new audiences, whether it's through fashion, film, gaming, or, in this case, design and architecture. The challenge lies in ensuring brand integrity while creating something truly co-authored with our partners. That's why we seek out collaborators like HEWI, brands that don't just 'fit' Barbie, but elevate her purpose and bring their own heritage and vision to the table.

**What excites you personally about HEWI and their design ethos?**

HEWI has a remarkable ability to combine form and function in a way that feels almost effortless but is, in fact, deeply intentional. For nearly a century, they've innovated in spaces that are often overlooked – restrooms, washrooms, accessibility solutions – and made them aspirational. I admire their commitment to universal design: products that are intuitive, inclusive, and aesthetically refined. It's rare to find a partner that so seamlessly aligns with our mission to create a more inclusive world through design.

**What role does design play in the world of Barbie? Are there parallels between fashion and product design here?**

Design is central to the identity of Barbie, whether it's a couture gown or a cleverly engineered DreamHouse. Both fashion and product design are about envisioning better futures. They're creative disciplines, but also deeply human ones. Just like fashion designers have used Barbie as a muse for over 65 years, product designers can take inspiration from her to imagine more inclusive and joyful environments. It's that crossover that makes this collection so compelling.





#### FUNKTION IN IHRER SCHÖNSTEN FORM

Die Produkte der Kollektion fügen sich in unterschiedliche Hotelwelten ein – vom urbanen Loft bis zum chichen Boutique-Hotel – und verbinden dabei langlebige Funktion mit einem Hauch von Leichtigkeit.

#### FUNCTION AT ITS MOST BEAUTIFUL

The products in the collection integrate seamlessly into a wide range of hotel environments – from urban lofts to elegant boutique hotels – combining lasting functionality with a sense of lightness.



#### DESIGN ALS GÄSTEERLEBNIS

Ein Hotel lebt von der Kunst, Menschen unterschiedlichster Herkunft und mit vielfältigsten Ansprüchen ein Gefühl von Wohlbefinden und Zugehörigkeit zu vermitteln. Gleichzeitig ist es eine Quelle der Inspiration für moderne Architektur und zeitloses Design.

#### DESIGN AS A GUEST EXPERIENCE

A hotel thrives on its ability to make guests from all backgrounds feel comfortable and included. At the same time, it acts as a stage for modern architecture and timeless design inspiration.

# Boutique-Hotel

## Boutique-Hotel

### BARBIES BLICK AUF DAS HOTELBAD

In Barbies Welt wäre ein Hotelbad kein rein funktionaler Raum, sondern ein kleiner Kosmos, in dem Reisen, Design und Persönlichkeit zusammenfinden. Inspiriert von Barbies DreamHouse™ – mal minimalistisch wie ein kalifornischer Bungalow, mal opulent wie eine Stadtvilla, immer aber als Ausdruck von Kreativität und Vielfalt – ist die Barbie™ x HEWI Kollektion vielseitig einsetzbar.

### A BATHROOM THROUGH THE LENSES OF BARBIE

In the world of Barbie, a hotel bathroom is never just a functional space – it's an opportunity for travel, design and personality to come together. Inspired by the DreamHouse™ – sometimes minimalist like a Californian bungalow, sometimes playful like a city villa, but always an expression of creativity and diversity – the Barbie™ x HEWI collection offers exceptional versatility.





#### DESIGN, DAS SICHERHEIT GIBT

Die Barbie™ x HEWI Kollektion folgt den Prinzipien der Healing Architecture, bei der Raumgestaltung gezielt eingesetzt wird, um körperliches und seelisches Wohlbefinden zu unterstützen. Rosa wirkt hier nicht verspielt, sondern als sanfter Schutzhelm, der Ruhe vermittelt. Klare Formen und barrierearme Details geben Sicherheit in Momenten, in denen jeder Handgriff zählt.

#### CONFIDENCE-INSPIRING DESIGN

The Barbie™ x HEWI collection follows the principles of healing architecture – using design deliberately to support both physical and emotional wellbeing. Here, pink is not playful but acts as a gentle shield, offering calm. Clear forms and low-barrier features provide reassurance in moments when every detail matters.



#### FARBE, FORM UND FUNKTION VEREINT

Die Serie 477/801 erfüllt die strengen hygienischen Anforderungen einer Geburtsstation, ohne auf eine einladende Atmosphäre zu verzichten. So entstehen Räume, die Vertrauen schaffen und in denen sich Geborgenheit und Professionalität nicht ausschließen – genau so, wie es eine Frau gestaltet, die weiß, was in diesen Momenten zählt.

#### UNITING COLOUR, FORM, AND FUNCTION

The 477/801 range meets the strict hygienic requirements of maternity wards while maintaining a warm, inviting atmosphere. These are spaces built on trust – where comfort and professionalism coexist. Exactly as envisioned by someone who knows what truly matters in those defining moments.

# Gynäkologie

## Maternity Care

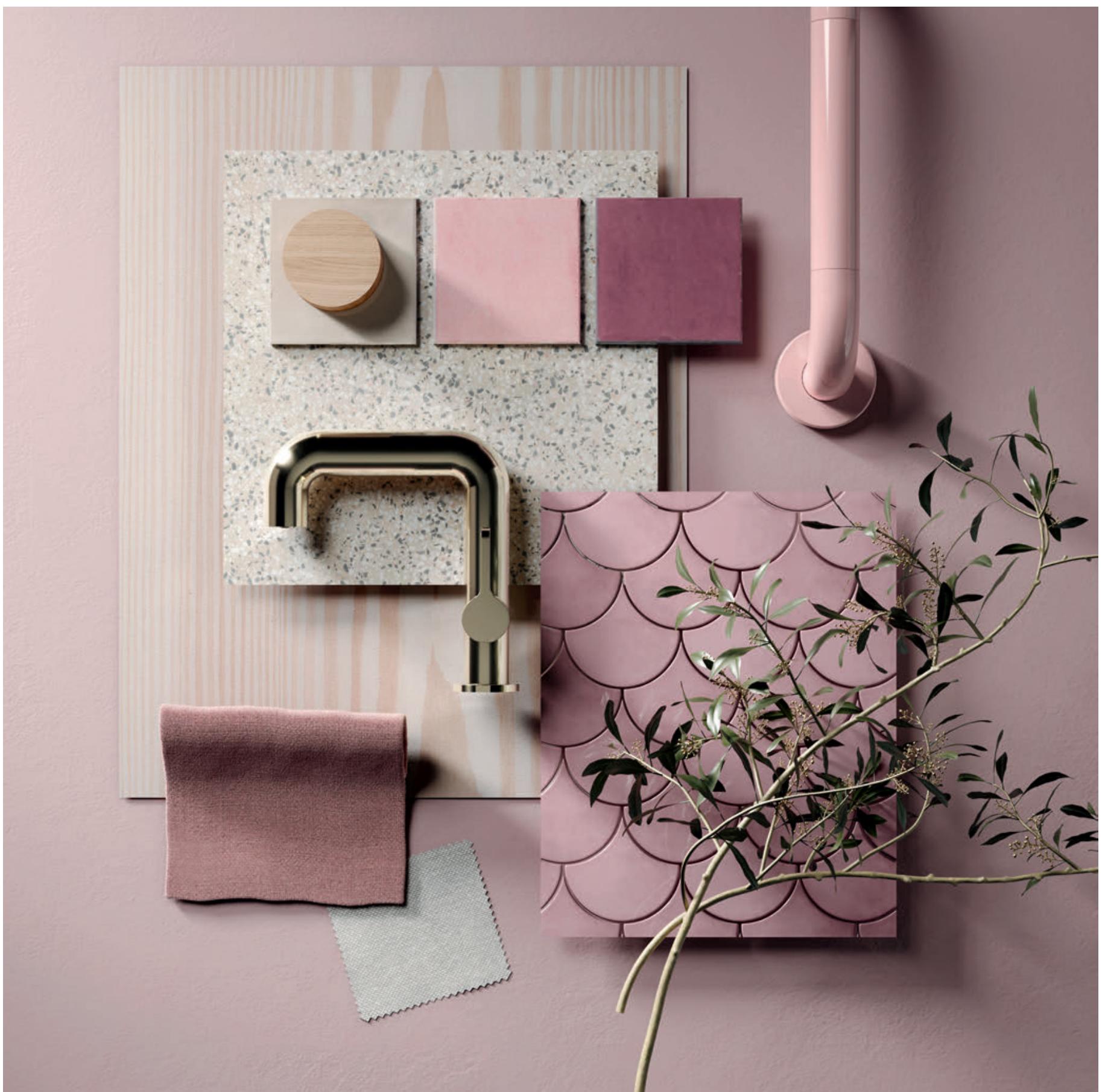


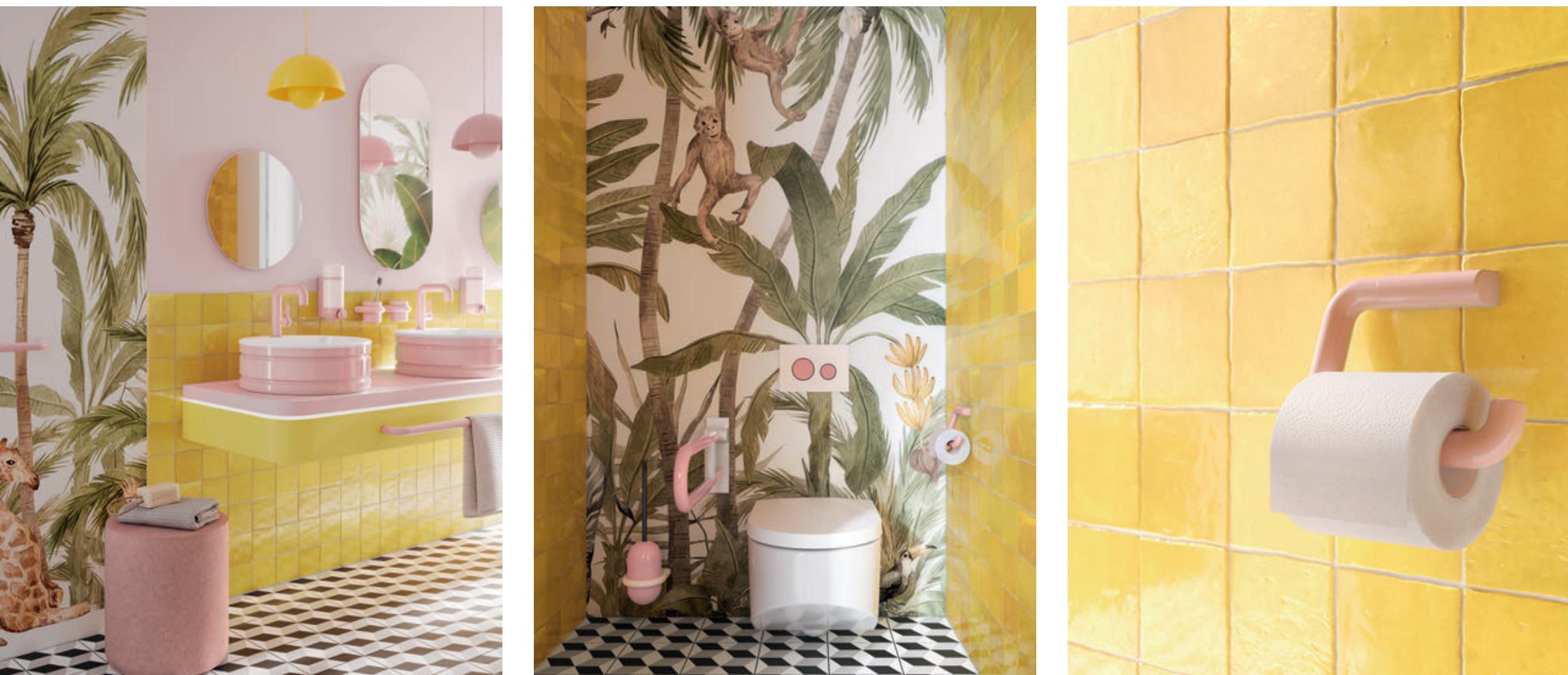
### GEBORGENHEIT BEGINNT MIT GESTALTUNG

Wie sieht eine Geburtsstation aus, die von einer Frau entworfen wird, die um die Verletzlichkeit in den Stunden rund um eine Geburt weiß? Warm, respektvoll und mit einer Selbstverständlichkeit für Sicherheit, die nicht erklärt werden muss. Als Sinnbild für Selbstbestimmung verkörpert Barbie genau diese Haltung in einer Welt, in der sie nicht nur als Mutter, sondern auch als Ärztin das Neugeborene in Empfang nimmt.

### COMFORT BEGINS WITH DESIGN

What might a maternity ward look like when designed by a woman who truly understands the vulnerability of the moments surrounding birth? It would be warm, respectful, and inherently safe – a space where safety doesn't need explanation. As a symbol of self-determination, Barbie embodies this very mindset – in a world where possibilities are limitless, girls can not only become mothers but also doctors welcoming the newborn.





#### DAS BAD ALS TEIL EINER ENTDECKUNGSREISE

In Kindergärten, Kinderstationen oder pädiatrischen Kliniken ist das Bad mehr als ein Ort zum Händewaschen oder Zähneputzen. Es ist Teil des pädagogischen Umfelds – ein Raum, in dem Kinder alltägliche Abläufe lernen, sich ausprobieren und mit anderen interagieren. Die Barbie™ x HEWI Kollektion verbindet den spielerischen Charme einer Ikone der Kindheit mit der klaren Formensprache der Serie 477/801. Rosa Akzente wirken freundlich und einladend, während barriearame Elemente Selbstständigkeit ermöglichen. Sie schaffen Räume, die Inklusion leben und kindliche Entdeckerfreude unterstützen.

#### THE BATHROOM AS PART OF A JOURNEY OF DISCOVERY

In kindergartens, pediatric wards, or children's clinics, the bathroom is more than just a place to wash hands or brush teeth. It becomes part of a learning environment – a space where children engage in everyday routines, try things out, and interact with others. The Barbie™ x HEWI collection combines the playful charm of an iconic childhood figure with the clean design language of the 477/801 range. Pink accents create a friendly, welcoming atmosphere, while low-barrier elements promote independence. These are spaces that embody inclusivity and encourage a child's natural drive to explore.



**GESTALTUNG AUF AUGENHÖHE**  
Wenn Architektur und Gestaltung auf kindliche Wahrnehmung abgestimmt sind, wird das Bad zu einem sicheren Ort für Entdeckung und Gemeinschaft.

**DESIGN AT EYE LEVEL**  
When architecture and interior design are tailored to a child's perspective, the bathroom becomes a safe place for discovery, learning, and shared experiences.



# Kinderbad

## Children's Bathroom

### BARBIE ALS FRÜHE INSPIRATIONSQUELLE

Für viele beginnt die Begegnung mit Barbie in der Kindheit – als Spielgefährtin und als Figur, die zeigt, dass die Welt voller Möglichkeiten steckt. Diese Leichtigkeit und Neugier fließen in die Gestaltung von Bädern für Bildungs- und Betreuungseinrichtungen ein.

### BARBIE AS AN EARLY SOURCE OF INSPIRATION

For many, the first encounter with Barbie happens in childhood – as a playtime friend and as a figure that suggests the world is full of possibilities. This sense of lightness and curiosity flows directly into the design of bathrooms for educational and childcare environments.





#### KOMFORT MIT ANSPRUCH

Mit den Jahren verändern sich die Anforderungen an ein Bad: Bewegungsfreiheit, klare Strukturen und sichere Haltemöglichkeiten werden wichtiger. Die Barbie™ x HEWI Kollektion zeigt, dass guter Geschmack und funktionale Anpassung kein Widerspruch sind – und dass Anspruch an Design nicht vom Alter abhängt. Barrierefarme Produkte unterstützen beim sicheren Greifen, Sitzen und Aufstehen. Sie sind auf dauerhafte Beanspruchung im privaten, wie auch im professionellen Pflegeumfeld aus-gelegt. So profitieren Menschen mit unterschiedlichen körperlichen Voraussetzungen – ob zu Hause, in einer Seniorenwohnung oder im Pflegeheim – von einer Badgestaltung, die Selbst-bestimmung jeder einzelnen Persönlichkeit ermöglicht.

#### COMFORT MEETS STYLE

Over time, the requirements for a bathroom change: freedom of movement, clear structures, and reliable support features become increasingly important. The Barbie™ x HEWI collection proves that good design and functional adaptation are not mutually exclusive – and that high standards in aesthetics aren't defined by age. Low-barrier products support safe gripping, sitting, and standing. They are designed for long-term use in both private and professional care settings. This allows people with a wide range of physical needs – whether at home, in assisted living, or in a care facility – to benefit from bathroom designs that empower individual autonomy.



#### FARBE BEKENNEN

Die Serie 477/801, seit Jahrzehnten eine Designikone im barrierefreien Bauen, verbindet ihre klare Formensprache mit der unverwechselbaren Farbwelt von Barbie. So entsteht eine Ausstattung, die funktionale Anforderungen im Pflege- und Wohn-umfeld erfüllt und zugleich den ästheti-schen Anspruch wahrt.

#### A CONFIDENT USE OF COLOUR

The 477/801 range, a design icon in accessible environments for decades, now merges its timeless design language with the unmistakable colour world of Barbie. The result is a product range that meets the functional demands of care and residential spaces while maintaining a strong design identity.

# Komfortbad

## Comfort Bathroom

### UNABHÄNGIGKEIT IST LEBENSQUALITÄT

Barbie begleitet seit jeher ganze Generationen – immer im Wandel, immer mit einem Gespür für die Lebensrealitäten ihrer Zeit. Was als Spielzeug begann, ist heute ein Symbol für Unabhängigkeit und die Freiheit, das eigene Leben selbst zu gestalten. Auch im Alltag ist diese Unabhängigkeit ein entscheidender Faktor für Lebensqualität.

### INDEPENDENCE IS QUALITY OF LIFE

Barbie has accompanied generations – always evolving, always in tune with the realities of the time. What began as a toy is now a symbol of independence and the freedom to shape one's own life. That same independence is a key factor in everyday quality of life.



# Kraft der Inklusion

## The Power of Inclusivity

INTERVIEW MIT CHRISTIANE KÜPER | HEWI

**Inwiefern sehen Sie Parallelen zwischen der Philosophie von Mattel und der Mission von HEWI im Bereich der barrierefreien Architektur?**

Mattels Philosophie ist es, Kinder zu stärken, ihr Selbstbewusstsein zu fördern und ihnen aufzuzeigen, welche Möglichkeiten ihnen im Leben offen stehen. HEWI nimmt eine sehr vergleichbare Rolle im Bereich der barrierefreien Architektur ein. Wir setzen uns dafür ein, dass alle Menschen, unabhängig von ihrer persönlichen Situation, selbstständig und selbstbestimmt leben können. Unser Schwerpunkt liegt seit über 40 Jahren in der Ausgestaltung von Bädern im Sinne des „Universal Design“. Wir wollen gutes Design schaffen und Produkte intuitiv nutzbar machen, um Stigmatisierung keinen Raum zu geben. Mattel und HEWI haben ein gemeinsames Ziel: Menschen zu stärken, ihnen Selbstbestimmung zu ermöglichen und Barrieren abzubauen.

**Zeigte sich der Spielzeughersteller gleich aufgeschlossen für die Idee einer Bad-Kollektion?**

Als wir im ersten Meeting unsere Vorstellungen präsentierten, war Mattel sofort begeistert von der Idee, denn Diversität und Inklusion sind zentrale Unternehmenswerte. Mit über 170 verschiedenen Barbie-Puppen in allen Formen, mit und ohne Einschränkungen, setzt Mattel ein klares Zeichen für Vielfalt. Wir lieben diese Vision und erleben die Zusammenarbeit als inspirierend, wertschätzend und herzlich.

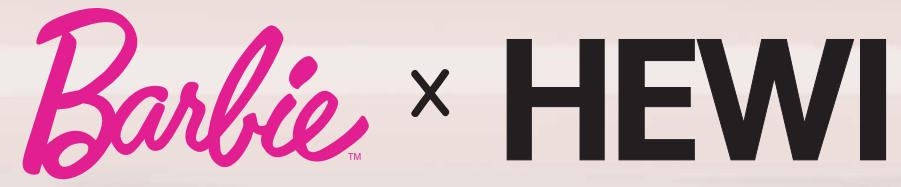
**Ein warmes, helles Rosa prägt die Kollektion. Inwieweit passt dieser Farbton zu Ihrem Design?**

Rosa ist in der Architektur eine wunderbare Farbe. Sie steht für Fürsorge, Hoffnung und Lebensfreude – eine Farbe, die in eine Traumwelt entführt, die alle genießen dürfen. Die Kollektion wurde mit viel Liebe zum Detail entwickelt. Mit unseren kreativen Badgestaltungen möchten wir zeigen, wie vielseitig unsere Produkte eingesetzt werden können – die Beispiele in dieser Broschüre geben einen inspirierenden Einblick. Unser Ikonendesign von 1972 hat sich längst bewährt und findet ohnehin seit über 50 Jahren seinen Weg in die unterschiedlichsten Bereiche. Und genau diese Vielseitigkeit spiegelt sich in der Barbie™ x HEWI Kollektion – sie fügt sich nahtlos in Boutique-Hotels, Pflegeeinrichtungen oder private Wohnräume ein und schafft dort eine Atmosphäre voller Leichtigkeit und positiver Energie.

**Wie ist die Barbie™ x HEWI Kollektion aufgebaut?**

Die Kollektion umfasst etwa 40 Produkte, darunter Accessoires, Haltegriffe, einen Duschsitz und einen unterfahrbaren Waschtisch. Unsere Kollektion steht für unbegrenzte Möglichkeiten für alle – unabhängig von individuellen Bedürfnissen und Lebenssituationen. Und natürlich ist auch unser Klassiker, der Türdrücker S 111, im Portfolio enthalten.

**CHRISTIANE KÜPER**  
Head of Brand + Sales, HEWI



Barbie™ x HEWI

#### INTERVIEW WITH CHRISTIANE KÜPER | HEWI

##### Where do you see parallels between Mattel's philosophy and HEWI's mission in the field of accessible architecture?

Mattel's philosophy is about empowering children, strengthening their self-confidence, and showing them the possibilities life has to offer. HEWI plays a very similar role in the context of accessible architecture. Our mission is to ensure that everyone – regardless of their individual circumstances – can live independently and with self-determination. For over 40 years, we've focused on designing bathrooms based on the principles of Universal Design. We aim to create well-designed, intuitive products that eliminate stigma and enable inclusivity. Mattel and HEWI share a common goal: to empower people, enable autonomy, and break down barriers.

##### Was the toy manufacturer open to the idea of a bathroom collection right from the start?

When we presented our vision during the first meeting, Mattel was immediately enthusiastic about the idea – because diversity and inclusivity are core values of the company. With more than 170 different Barbie dolls in all shapes, with and without disabilities, Mattel clearly embraces diversity. We love this vision and have experienced the collaboration as inspiring, respectful, and warm-hearted.

##### The collection is characterized by a soft, warm pink. How does this colour fit into your design language?

Pink is a wonderful colour in architecture. It represents care, hope, and joy – a colour that invites people into a dream world that everyone can enjoy. The collection was developed with great attention to detail. With our creative bathroom designs, we want to show how versatile our products can be – and the examples in this brochure offer an inspiring glimpse. Our iconic design from 1972 has proven itself for decades and has found its way into a wide range of environments over the last 50 years. That versatility is also reflected in the Barbie™ x HEWI collection – it integrates seamlessly into boutique hotels, care facilities, or private homes, creating a sense of ease and positive energy.

##### How is the Barbie™ x HEWI collection structured?

The collection includes around 40 products, including accessories, grab rails, a shower seat, and a wheelchair-accessible washbasin. This range represents unlimited possibilities for everyone – regardless of individual needs or life situations. Naturally, our classic S 111 door lever is also part of the portfolio.



