



Blue Ocean Entertainment AG
Presseinformation
05.09.2025

Gemeinschaftsaktion für mehr Spaß und Sicherheit im Wasser **Blue Ocean, MGA Zapf Creation und der Copenrath Verlag** **kooperieren mit dem Deutschen Schwimmverband**

Stuttgart, 9. September 2025. Sicheres Schwimmen ist im Lehrplan der Grundschulen ein festes Ziel. Und dennoch wechseln 60 Prozent der SchülerInnen auf eine weiterführende Schule, ohne den Freischwimmer bestanden zu haben. Ein Zustand, den Blue Ocean Entertainment gemeinsam mit dem Copenrath Verlag und MGA Zapf Creation, dem Hersteller der bekannten Puppenmarke BABY born, ändern möchte. In Kooperation mit der Deutschen Schwimmjugend im Deutschen Schwimmverband (dsv-Jugend) soll Kindern durch Aufklärung und Unterstützung wieder mehr Sicherheit und damit Spaß im Wasser vermittelt werden.

Dass viele Kommunen klamm sind und daher 800 von 6.500 Bädern in Deutschland die Schließung droht, verschlechtert perspektivisch noch die Chancen für ein flächendeckendes Schwimmenlernen. Aktionen wie die Schwimmlerntage sind daher umso wichtiger: 2024 haben 16.000 Menschen bei dieser Aktion ein Schwimmbadzeichen abgelegt. In diesem Jahr lag die zentrale Veranstaltung der deutschlandweiten Aktion in den Händen der Schwimm-Gemeinschaft Neukölln. Unterstützung kam dabei von Blue Ocean, der MGA Zapf Creation GmbH und dem Copenrath Verlag. Gemeinsam mit der DSV-Jugend haben die Kooperationspartner eine Kampagne zur Sensibilisierung für die Bedeutung von Schwimmen aufgesetzt, die unter anderem den „Tag des Schwimmbadzeichens“ als bundesweiten Präventionstag bekannt macht. Blue Ocean erstellt und veröffentlicht kindgerechte Lernposter zu verschiedenen Schwimmmarten, um das Schwimmenlernen anschaulich und spielerisch zu unterstützen. Die Poster werden von der DSV-Jugend als Grundlage für praktische Übungseinheiten genutzt.

„Nach zwei Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit im Rahmen unserer Schwimmbadzeichtage konnten wir auch in diesem Jahr wieder beeindruckende Ergebnisse erzielen. In dieser Aktionswoche wurden deutschlandweit fast 20.000 Schwimmbadzeichen – vom Seepferdchen über Bronze bis hin zu zahlreichen Silberabzeichen – verliehen. Bei unserer Veranstaltung in Neukölln erlangten über 150 Kinder und Jugendliche ihr erstes Abzeichen. Zusätzlich zu den liebevoll ausgewählten Preisen von Blue Ocean und BABY born gab es zauberhafte Überraschungen von Prinzessin Lillifee, die für noch mehr strahlende Kinderaugen sorgten!“, berichtet Uwe Hermann, der Vorsitzender der Deutschen Schwimmjugend. „Nachdem 2025 das Rückenschwimmen im Mittelpunkt stand, setzen wir uns für 2026 ambitionierte neue Lern- und Aktionsschwerpunkte. Für die großartige Zusammenarbeit der letzten beiden Jahre ein herzliches Dankeschön – wir freuen uns auf weitere gemeinsame und spannende Projekte rund um das Thema Schwimmenlernen in den kommenden Jahren. Herzlichen Dank für die großzügige Unterstützung!“



COPPENRATH



DIE SPIEGELBURG

Blue Ocean Entertainment AG - Seidenstraße 19 - D-70174 Stuttgart
phone: +49 (0)711/220299-0 - fax: +49 (0)711/220299-19 - e-mail: presse@blue-ocean-ag.de - www.blue-ocean-ag.de
bindungen: Volksbank am Württemberg e. G., BLZ: 600 603 96, Kto-Nr.: 21696 004, IBAN: DE37 6006 0396 0021 6960 04, BIC: GENODES1UTV
DZ BANK AG, BLZ: 701 600 00, Kto-Nr.: 140968, IBAN: DE75 7016 0000 0000 1409 68, BIC: GENODEFF701
Vorstand: Sigrun Kaiser (Vorsitzende) - Aufsichtsrat: Philipp Welte (Vorsitzender)
HRB 720134 Stuttgart - USt-IdNr.: DE244638211 - Steuer-Nr.: 99122/12710



Thomas Eichhorn, Geschäftsführer der MGA Zapf Creation GmbH, kommentiert: „Nachdem in den letzten Jahren immer weniger Kinder schwimmen lernten, da unter anderem durch die Corona-Pandemie der Zugang zum Schwimmenlernen erschwert wurde, ist es umso wichtiger, diesem Trend etwas entgegenzusetzen. Die Sicherheit der Kleinsten im Wasser ist ebenso bedeutsam wie das Selbstbewusstsein und die kindliche Entwicklung, welche beim Schwimmenlernen gefördert werden. Unsere Schwimmpuppen wie z. B. die BABY born Schwimmende Lizzie oder unsere Mermaid-Puppen bringen den Kindern nicht nur Freude, sondern führen sie auch spielerisch ans Schwimmen heran und sorgen so, egal ob in der Badewanne, im Planschbecken oder im Schwimmbad, für eine angstfreie Badesaison.“

„Ein Sprung ins Wasser. Arme und Beine bewegen und schon kann es losgehen“, sagt Julia Vogel, Produktmanagerin im Coppenrath Verlag. „Leider ist das heute keine Selbstverständlichkeit mehr. Daher freuen wir uns, dass Prinzessin Lillifee Teil dieser Kampagne ist. Denn schwimmen zu können, macht nicht nur Spaß. Kinder werden mutiger, selbstbewusster und ganz wichtig: Wer schwimmen kann, ist sicherer unterwegs. Das weiß übrigens auch Lillifees Freund, der Frosch Carlos. Er liegt nämlich nicht nur gern am Teich, sondern bringt den Tieren nebenbei das Schwimmen bei. Und wenn Lillifee nicht schwimmen könnte, hätte sie nicht all die Abenteuer mit dem Delfin oder der Meerjungfrau erlebt. Wir lesen: Wer schwimmen kann, ist klar im Vorteil.“



Cansu Mencik, Redakteurin bei Blue Ocean, sagt: „Schwimmen zu können, ist für Kinder genauso wichtig, wie Lesen und Schreiben. Doch immer mehr Kinder in Deutschland erreichen dieses Ziel nicht, und das darf uns nicht egal sein. Mit unseren Magazinen und den beliebten Figuren wie Prinzessin Lillifee oder BABY born wollen wir Kinder früh fürs Wasser begeistern. Die Kooperation mit dem DSV ist für uns eine Herzenssache, um spielerisch Mut, Sicherheit und Spaß am Schwimmen zu fördern. Wir wollen Kinder motivieren, ihre ersten Schwimmapbezeichnungen zu machen – und mit Stolz über sich hinauszuwachsen!“

Pressekontakt Blue Ocean Entertainment:
Ulf Krägenau, Tel.: 01517/3069538, Kraegenau@Blue-Ocean-AG.de

Über die Blue Ocean Entertainment AG

Blue Ocean Entertainment ist Marktführer für Kinderzeitschriften in Europa und gehört zu den führenden Anbietern von Kindermedienprodukten weltweit. Gegründet im Jahr 2005 als Verlags-Start-up, gehört Blue Ocean seit 2014 mehrheitlich zur Burda-Gruppe und gibt mittlerweile 90 regelmäßig erscheinende Magazine heraus. Dazu zählen Wissensmagazine wie FRAG doch mal die Maus und WAS IST WAS, junge Klassiker wie Prinzessin Lillifee, Bibi Blocksberg, Mia and me, Die drei ??? Kids, Miraculous und Tiermagazine wie Pferd&Co, Lissy PONY sowie DINOSAURIER. Sehr beliebt sind zudem die Magazine zu den Spielwelten von LEGO, PLAYMOBIL, Simba und Schleich. Als Qualitätsanbieter von Sammelprodukten produziert Blue Ocean Sticker-Serien, Trading Card Games etwa zu LEGO NINJAGO und 3D-Sammelserien wie Lissy PONY, PLANET WOW, Funny Beans, Glubschis und die CupCakeCats. Digitale Angebote zu starken Lizenzthemen sowie Loyalty-Programme für den Handel – wie zuletzt die „Playmobil DFB-Stars“-Kampagne bei EDEKA – runden das Portfolio ab. Seit 2018 hat Blue Ocean seine Aktivitäten im europäischen Ausland mit der Gründung von Verlagstöchter in Polen, Frankreich, Spanien, Portugal und Italien intensiviert. Verlegerisch tätig sind die Kindermedien spezialisten mit Hauptsitz in Stuttgart auch in Ungarn, der Tschechischen Republik, in der Slowakei und in Rumänien. Aktuell beschäftigt die Blue Ocean Entertainment Group etwa 350 festangestellte Mitarbeitende an sieben Standorten.

Blue Ocean Entertainment AG - Seidenstraße 19 - D-70174 Stuttgart
phone: +49 (0)711/220299-0 - fax: +49 (0)711/220299-19 - e-mail: presse@blue-ocean-ag.de - www.blue-ocean-ag.de
bindungen: Volksbank am Württemberg e. G., BLZ: 600 603 96, Kto-Nr.: 21696 004, IBAN: DE37 6006 0396 0021 6960 04, BIC: GENODES1UTV
DZ BANK AG, BLZ: 701 600 00, Kto-Nr.: 140968, IBAN: DE75 7016 0000 0000 1409 68, BIC: GENODEFF701
Vorstand: Sigrun Kaiser (Vorsitzende) - Aufsichtsrat: Philipp Wette (Vorsitzender)
HRB 720134 Stuttgart - USt-IdNr.: DE244638211 - Steuer-Nr.: 99122/12710