



Launch der neuen "Barbie Love The Ocean™"-Kollektion

10.06.2021 09:15 CEST

## Barbie Loves the Ocean™ - Mattel präsentiert die erste Puppenkollektion aus recyceltem Ocean-Bound-Plastik\*

**Frankfurt, 10. Juni 2021** – Mattel stellt „Barbie Loves the Ocean™“ vor – die erste Puppenlinie aus recyceltem Ocean-Bound-Plastik. Dieses besteht zu 90% aus Plastik, das in einem Umkreis von 50 km von Wasserstraßen in Gebieten ohne offizielle Müllabfuhr gewonnen wird. Der Launch der nachhaltigen Linie unterstützt Mattel’s übergeordnetes Unternehmensziel, Spielzeuge und Verpackungen bis 2030 auf 100 % recycelte, recycelbare oder

biobasierte Kunststoffe umzustellen. Die begleitende Kampagne [„Die Zukunft von Pink ist Grün“](#) zeigt wie sich Barbie für eine umweltfreundliche Zukunft einsetzt.

Barbie hat in ihren 62 Jahren schon viele Transformationen durchlebt. Mit Blick auf die Zukunft ist die Marke weiterhin bestrebt, eine bessere Welt für Kinder zu schaffen, indem sie sich auf Vielfalt und Inklusion, Chancengleichheit und jetzt auch auf Nachhaltigkeit konzentriert. Die Marke nutzt ihre globale Plattform, um Kinder für eine grünere Zukunft zu begeistern und das Umweltbewusstsein einer neuen Generation spielend zu fördern.

*"Barbie Loves the Ocean ist eine weitere Ergänzung in Mattel's wachsendem Portfolio an Marken, die das Umweltbewusstsein unserer Verbraucher thematisieren und fördern", sagte Richard Dickson, Präsident und Chief Operating Officer von Mattel. "Bei Mattel ist es unsere Mission, die nächste Generation zu befähigen, das Wunder der Kindheit zu erforschen und ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Wir nehmen diese Verantwortung ernst und tragen unseren Teil dazu bei, dass hierfür alle Voraussetzungen gegeben sind und Kinder die Welt mit all ihren Facetten erforschen können."*

Um das umweltbewusste Engagement der Marke zu verdeutlichen, geht Barbie durch folgende Maßnahmen voran:

- **„Barbie Loves the Ocean“-Kollektion:** Die neue Kollektion enthält drei Puppen, deren Körper zu 90 % aus recycelten Kunststoffteilen aus Meeresnähe bestehen, sowie die dazugehörigen Spielsets, die zu über 90 % aus recyceltem Kunststoff bestehen. Die hohen Fertigungsstandards von Mattel stellen auch bei dieser Linie die Beibehaltung der für Barbie typischen Details und Qualität sicher.
- **Forest Stewardship Council (FSC) Ziel:** Barbie hat sich zum Ziel gesetzt, bis Ende 2021 einen Anteil von 95 % an recyceltem oder FSC-zertifiziertem Papier und Holzfasermaterial für die Verpackungen zu verwenden.

- **Neue Barbie Vlog Episode**: Die Veröffentlichung eines neuen Vlogs auf Barbie's erfolgreichem YouTube-Kanal mit dem Titel "Barbie Shares How We All Can Protect the Planet". Hier wird den jungen Zuschauern die Wichtigkeit des Schutzes unseres Planeten und Tipps für nachhaltige Alltagsroutinen vermittelt. Die Vlogs schaffen eine Plattform, die es Barbie ermöglicht direkt mit ihren Fans zu sprechen, während sie in ihrer Vorbildrolle lehrreiche Situationen, mit lustigen YouTube-Trends, wie DIY-Herausforderungen, verbindet.
- **Neue Markenkampagne „Die Zukunft von Pink ist Grün“**: Die Kampagne nutzt die ikonische Assoziation von Pink mit der Marke Barbie und die Assoziation von Grün mit dem Schutz des Planeten, um unseren nächsten Schritt in Richtung einer umweltfreundlicheren Zukunft zu kommunizieren und Fans aller Altersgruppen über die Bedeutung von Nachhaltigkeit bei Mattel zu informieren und aufzuklären.

*"Unser 62-jähriges Vermächtnis ist durchdrungen von Evolution, da wir ständig Initiativen vorantreiben, die Kindern die Welt um sie herum erklären und spielerisch den Bezug zu aktuellen gesellschaftlichen Themen herstellen.", sagte Lisa McKnight, Senior Vice President und Global Head of Barbie & Dolls, Mattel. "Barbie Loves the Ocean ist ein Paradebeispiel für die nachhaltigen Maßnahmen und Innovationen, die wir bei Mattel anstreben."*

Das Barbie-Programm ist eine von vielen Neueinführungen, die das übergeordnete Unternehmensziel von Mattel unterstützen, bis 2030 alle Spielzeuge und Verpackungen auf 100 % recycelte, recycelbare oder biobasierte Kunststoffe umzustellen. Zu den weiteren Bemühungen gehören das kürzlich gestartete Spielzeug Recycling Programm „PlayBack“, das darauf abzielt, Materialien aus altem Mattel-Spielzeug für zukünftige Mattel-Produkte wiederzugewinnen und wiederzuverwenden, sowie die Mission Matchbox "Auf der Fahrt in eine bessere Zukunft", Mattel's Produkt-Roadmap, um bis 2030 alle Matchbox-Autos, -Spielsets und -Verpackungen aus 100 % recycelten, recycelbaren oder biobasierten Kunststoffmaterialien herzustellen.

Im vergangenen Jahr hat Mattel außerdem mehrere Spielzeuge eingeführt, die dieser Verpflichtung nachkommen, darunter die Fisher-Price® Farbring-

Pyramide und Fisher-Price® Baby's Erste Bausteine, sowie drei MEGA Bloks®-Sets aus biobasierten Kunststoffen und UNO® 100% Papier, das erste vollständig recycelbare UNO®-Spiel ohne Zellophan-Verpackungsmaterial.

Weitere Informationen zu Barbie's Nachhaltigkeitsmaßnahmen finden Sie unter: **[Barbie.com/EnvironmentalImpact](https://barbie.com/EnvironmentalImpact)**.

Weitere Informationen über die Nachhaltigkeitsbemühungen von Mattel finden Sie unter: **<https://corporate.mattel.com/en-us/citizenship/sustainability>**.

**\*Kunststoffteile bestehen zu 90% aus Plastik, das in einem Umkreis von 50 km von Wasserstraßen in Gebieten ohne offizielle Müllabfuhr gewonnen wird. Puppenkopf, Schuhe, Tablet und Strandlaterne als Zubehör nicht enthalten.**

---

Mattel ist ein global führender Spielwarenkonzern, zu dem die erfolgreichsten Franchise-Unternehmen für Kinder- und Familienunterhaltung weltweit gehören. Wir entwickeln innovative Produkte und Erlebnisse, die Kinder durch Spielen inspirieren, unterhalten und fördern.

Unser Portfolio besteht aus einer Vielzahl ikonischer Marken, darunter Barbie®, Hot Wheels®, Fisher-Price®, American Girl®, Thomas & Friends™, UNO® und MEGA® und wird durch bekannte Kooperationen mit globalen Partnern der Unterhaltungsindustrie ergänzt. Dazu gehören Film- und Fernsehinhalte, Spiele, Musik und Live-Veranstaltungen. Unser Team arbeitet an 35 verschiedenen Standorten und unsere Produkte sind in mehr als 150 Ländern bei führenden Einzelhandels- und E-Commerce-Unternehmen erhältlich. Seit der Gründung im Jahr 1945 inspiriert Mattel Kinder dazu, die Welt mit all ihrem Zauber zu entdecken und ihr volles Potential auszuschöpfen.

## Kontaktpersonen



### **PR-Team**

Pressekontakt  
Journalistenanfragen  
pr.de@mattel.com



### **Anne Polsak**

Pressekontakt  
Pressesprecherin / Leitung PR / Unternehmenskommunikation  
Unternehmenskommunikation  
pr.de@mattel.com