



FOREVER. BETTER.

PRESSEMITTEILUNG

PUMA veröffentlicht letzte Folge der ersten Staffel des branchenweit ersten Podcasts zum Nachhaltigkeitsbericht

Herzogenaurach, Deutschland, 1. August 2023 – Die letzte Folge von [PUMAs RE:GEN REPORTS](#), „*When it comes to Health and Safety, does the West know best?*“, kann ab jetzt gestreamt werden. In dieser Folge spricht PUMAs Chief Sourcing Officer Anne-Laure Descours darüber, wie wichtig es für Konsument*innen in Industrieländern ist, „*zu erkennen, wie sehr die Menschen vor Ort versuchen, die [Arbeitsbedingungen in Fabriken] zu verbessern.*“ Die Folge wird von Monica Buchan-Ng, Head of Knowledge Exchange am Centre for Sustainable Fashion, moderiert.

Ziel der Podcast-Serie ist es, PUMAs Nachhaltigkeitsbericht 2022 einem breiteren und jüngeren Publikum zugänglicher zu machen. Die Idee hierfür basiert auf einer Studie, die 2022 durchgeführt wurde und zeigt, dass junge Menschen sich mehr Transparenz von Marken wünschen, wenn es um Umwelt und Nachhaltigkeit geht (34%), und eine bessere Kommunikation ihrer Ziele erwarten (40%).

Im Jahr 2022 veranstaltete PUMA die Conference of the People, bei der sich Vertreter*innen der Gen-Z, Branchenkolleg*innen, Aktivist*innen, NGOs, Expert*innen, Botschafter*innen und Verbraucher*innen trafen, um einige der größten Herausforderungen der Modebranche im Nachhaltigkeitsbereich zu diskutieren. Hier stellte sich unter anderem heraus, dass PUMA in der Nachhaltigkeitskommunikation besser über seine Ziele, Maßnahmen und Fortschritte informieren muss.

Im RE:GEN REPORTS Podcast kommen zehn Vertreter*innen der nächsten Generation aus sechs Ländern zu Wort. Sie fassen den Inhalt des Nachhaltigkeitsberichts in zehn Podcast-

Folgen zusammen. Ziel der Moderator*innen war es, den Zuhörer*innen die komplexen Themen des Berichts näher zu bringen. Der Podcast fokussiert sich auf die Nachhaltigkeitsziele 10FOR25 der PUMA-Nachhaltigkeitsstrategie FOREVER.BETTER.. Er wurde aufgenommen, um die Inhalte verständlicher zu machen und um zu erklären, warum sich das Sportunternehmen auf bestimmte Ziele fokussiert. In den Folgen werden nicht nur bereits erzielte Fortschritte besprochen, sondern es werden auch die Bereiche hervorgehoben, in denen es noch Handlungsbedarf gibt.

Aus einem 147-seitigen Bericht und mehr als 30 Stunden Aufzeichnung entstand eine 163 Minuten lange Serie mit verständlichen und nachvollziehbaren Informationen zum Thema Nachhaltigkeit. Wie die letzte Folge **Health and Safety** wurden auch die anderen neun Episoden von jungen Menschen moderiert: **Human Rights** wurde moderiert von der preisgekrönten Aktivistin, Model und Sozialunternehmerin Anya Dillard aus den USA. **Chemicals** wurde moderiert vom Content Creator Luke Jaque-Rodney aus Deutschland. **Circularity** wurde vom US-amerikanischen Upcycler Andrew Burgess moderiert. **Fair Wages** wurde moderiert von Amina Shakeel aus den USA, Mitglied des Studentenkommitees der Fair Labor Association. **Climate Action** wurde moderiert von Bertha Shum, Mitbegründerin des Earthero-Projekts aus Hongkong. **Biodiversity** wurde vom indischen Umweltschützer Ripudaman Bevi moderiert. **Plastic and Oceans** wurde moderiert von der Gründerin des nachhaltigen Taschenherstellers Peco Bag in Singapur, Yumika Hoskin. **Product** wurde moderiert von der Umweltschützerin Diandra Marizet aus den USA und **Water and Air** wurde von der malaysischen Botschafterin des Earth Days Melissa Tan moderiert.

Die jungen Gastgeber*innen unterhielten sich nicht nur mit PUMA-Mitarbeiter*innen, sondern auch mit Vertreter*innen von Branchenverbänden, Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen über die Einführung und Einhaltung von nachhaltigeren Praktiken. Zu den Gästen gehörten Shelly Han, Stabschefin der Fair Labor Association, Lindita Xhaferi-Salihu, Leiterin des Bereichs Dekarbonisierung des UNFCCCm Nicole Rycroft, Gründerin und Geschäftsführerin von Canopy, Klass Nuttbohm, Direktor von ZDHC, Kurt Kipka, Chief Impact Officer des Apparel Impact Instituts, und Vanessa Brain, Traceability Managerin der Leather Working Group.

„Transparenz ist für PUMAs Nachhaltigkeitsstrategie entscheidend“, sagt Anne-Laure Descours, Chief Sourcing Officer bei PUMA. „Unser Ziel ist es, unsere Praktiken kontinuierlich zu verbessern. Gleichzeitig ist es uns bewusst, dass noch ein langer Weg vor uns liegt. Wir haben Vertreter*innen der nächsten Generation eingeladen, damit sie sich mit uns und unseren Partner*innen über unsere Nachhaltigkeitsstrategie FOREVER.BETTER. und unsere Nachhaltigkeitsziele 10FOR25 austauschen können. Dies soll uns dazu anspornen, besser zu werden und besser zu handeln. Indem wir mehr ins Detail gehen, ist unser Bericht nicht nur zugänglicher, sondern auch verständlicher. Es ist einfach, Bereiche zu verstecken, in denen man nicht so schnell vorankommt, wie man möchte. Aber Veränderungen erfordern Zusammenarbeit und Offenheit. Mit den RE:GEN REPORTS haben und werden wir auch weiterhin beides erreichen.“

PUMAs Nachhaltigkeitsbemühungen wurden bereits mehrfach ausgezeichnet. 2022 belegte die Marke Spitzenplätze im Nachhaltigkeitsranking von Business of Fashion, dem Ranking der Plattform Living Wage Financials sowie im FTSE4Good Ranking. Zudem zeichnete Corporate Knights PUMA als eine der 100 nachhaltigsten Marken weltweit aus. Auch konnte das Sportunternehmen sein Triple-A-Ranking mit MSCI und seinen Prime Status bei ISS – beides führende Ratingagenturen für Nachhaltigkeit - beibehalten. Bei Reuters landete die Marke in ihrem Sektor auf dem zweiten Platz. Zum ersten Mal seit 2010 überholte PUMA alle anderen Sportmarken im S&P Nachhaltigkeits-Benchmarking. Obwohl diese Rankings zeigen, dass PUMA mit seiner Nachhaltigkeitsstrategie FOREVER.BETTER. in die richtige Richtung geht, weiß das Unternehmen, dass es noch viel zu tun gibt.

PUMAs vollständiger Nachhaltigkeitsbericht 2022 kann [hier](#) eingesehen werden.

Medienkontakte:

Samantha Du Plessis - PUMA SE – samantha.duplessis@puma.com
Lornette Harley – MSL – lornette.harley@msslgroup.com

PUMA

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designt, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit 75 Jahren treibt PUMA Sport und Kultur voran, indem es die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler*innen der Welt kreiert. Zu unseren Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running & Training, Basketball, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit renommierten Designer*innen und Marken, um sportliche Akzente in der Modewelt zu setzen. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und

stichd. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit ungefähr 20.000 Mitarbeiter*innen. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland.