



PRESSEMITTEILUNG

Stabhochsprung-Star Armand “Mondo” Duplantis nimmt märchenhaften Weltrekord von 6,40 m ins Visier

„6,40 Meter sind in den nächsten Jahren erreichbar“

Herzogenaurach, 18. März 2025 – Stabhochsprung-Weltrekordhalter Armand „Mondo“ Duplantis glaubt, den Weltrekord im Stabhochsprung in den nächsten Jahren auf 6,40 Meter verbessern zu können. Das sagte der Athlet im Gespräch mit PUMA CEO Arne Freundt, das im Rahmen des Jahresberichts des Sportunternehmens veröffentlicht wurde.

Im Stabhochsprung ist Mondo eine Klasse für sich: Er hat zwei olympische Goldmedaillen und zwei Weltmeistertitel gewonnen, elf Mal den Weltrekord gebrochen und wurde zweimal zum Welt-Leichtathleten des Jahres gekürt. Obwohl er den Weltrekord in diesem Jahr gerade erst auf 6,27 Meter gesteigert hat, will der Schwede die Latte in Zukunft auf 6,40 Meter anheben.

„Ich denke, 6,30 Meter ist wahrscheinlich das Ziel in naher Zukunft und 6,40 Meter sind in den nächsten Jahren erreichbar“, sagte Mondo.

Um immer höher springen zu können, spielen Verbesserungen in der Technologie seiner Spikes eine wichtige Rolle, fügte er hinzu. Mit Hilfe des Innovations-Teams bei PUMA hat

er sich von Sprint-Spikes inspirieren lassen, um den ultimativen Stabhochsprung-Schuh zu entwickeln.

„Wir wissen, dass es einen direkten Zusammenhang zwischen der Energie und Geschwindigkeit auf der Bahn und der Sprunghöhe gibt“, sagt Mondo. „Die Zusammenarbeit mit PUMA war von Anfang an perfekt, weil wir wussten, wie gut euer Konzept ist und wie gut ihr das Thema Speed versteht. Wir wollten eine Kombination aus Sprint-Spikes und Stabhochsprung-Spikes. Sie sind viel leichter und haben eine aggressivere Zehenfeder als die Stabhochsprung-Spikes, die noch vor einigen Jahren verwendet wurden. Ich glaube, dass mir das hilft und dass ich damit die Geschwindigkeit erreiche, die ich zum Springen von Weltrekorden brauche.“

Die Entwicklung von Innovationen in der Performance-Produktpalette ist ein wichtiger Teil von PUMAs Brand Elevation-Strategie, um die Basis für langfristiges, nachhaltiges Wachstum zu schaffen.

„Als Sportmarke ist es sehr wichtig, dass wir mit den besten Athlet*innen auftreten und beweisen, dass unsere Produkte auf höchstem Niveau funktionieren und bessere Leistungen ermöglichen“, sagte PUMA CEO Arne Freundt. „Ich denke, das ist sicherlich ein wichtiger Marketingaspekt, aber noch wichtiger sind die Erkenntnisse, die wir aus der Innovationsperspektive gewinnen. Dass wir wirklich verstehen, was dich vor dem Sprung schneller macht, was dich höher springen lässt, und dass wir diese Erkenntnisse in Produktinnovationen umsetzen.“

Das vollständige Gespräch ist Teil des digitalen Jahresberichts von PUMA und unter <https://annual-report.puma.com> verfügbar.

Medienkontakt: Robert-Jan Bartunek – Teamhead Corporate Communications –
robert.bartunek@puma.com

PUMA

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designt, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit mehr als 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.