



**FOREVER.
BETTER.**

PRESSEMITTEILUNG

PUMA nimmt Leder und veganes Leder mit Nachhaltigkeits-Influencerin unter die Lupe

PUMA lädt das Gen Z Publikum ein, bei einer der größten Materialdebatten in der Modebranche mitzudiskutieren

Herzogenaurach, 02 Oktober 2024 – Als Reaktion auf die wachsende Forderung der Verbraucher*innen nach mehr Transparenz in der Modebranche startet PUMA #KnowYourStuff, eine Serie, die sich mit einem der aktuell am meisten diskutierten Modethemen befasst: Leder oder veganes Leder – und den Umweltauswirkungen beider Materialien.

In Zusammenarbeit mit Aishwarya Sharma, eine von PUMAs Voices of a RE:GENERATION, entstand #KnowYourStuff, eine Serie, die die Komplexität und die Entwicklungen rund um die Verwendung von Leder und seinen Alternativen aufzeigt. Die Serie mit sieben Folgen ist ab heute auf [PUMAs YouTube-Kanal](#) und auf [Aishwaryas Instagram-Plattform](#) zu sehen und wird in den nächsten zwei Wochen veröffentlicht.

"Indem wir die Komplexität der in unseren Produkten verwendeten Materialien wie Leder und seine Alternativen offen diskutieren, hoffen wir, eine fundiertere und ausgewogenere Diskussion über nachhaltige Produkte zu fördern. Das ist wichtig, um positive Veränderungen voranzutreiben", sagte Anne-Laure Descours, Chief Sourcing Officer bei PUMA. "Die #KnowYourStuff-Reihe ist ein Beleg für unser Engagement, transparent zu sein und für unser Versprechen, das wir während unserer „Conference of the People“ gegeben haben, die nächste Generation in diese wichtigen Diskussionen einzubeziehen."

#KnowYourStuff ist Teil von PUMAs Engagement und Maßnahmen für mehr Transparenz in Sachen Nachhaltigkeit, bei denen Aishwarya eine von vier Voices of a RE:GENERATION ist, die PUMA dabei helfen, Nachhaltigkeit auf eine Weise zu vermitteln, die die nächste Generation anspricht.

„Mein Ziel mit #KnowYourStuff ist es, mein Publikum und junge Menschen weltweit aufzuklären und zu stärken“, sagte Aishwarya Sharma. „Nachhaltigkeit kann komplex sein und Leder ist ein empfindliches Thema. Deshalb habe ich darauf geachtet, dass dies auf offene und transparente Weise angegangen wird, die die Menschen dazu inspiriert, sich über die Materialien zu informieren, die sie tragen möchten.“

Vom Besuch des PUMA-Archivs bis hin zum Blick hinter die Kulissen der Lederverarbeitung in Thailand berichtet Aishwarya über ihre Erfahrungen und ermutigt das Publikum, sich mit dem Thema vertraut zu machen. Auf ihrer Reise diskutiert Aishwarya mit verschiedenen Gesprächspartnern, darunter wichtige PUMA-Stakeholder und PETA (People for the Ethical Treatment of Animals), und zeigt verschiedene Perspektiven rund um das Thema Leder. Zu den wichtigsten Themen gehören der Tierschutz und die Verwendung von Leder als Nebenprodukt der Fleischindustrie, die Rinderzucht und die Sorge um die Abholzung der Wälder, der Gerbungsprozess von Leder, neue Materialinnovationen und die Herausforderungen der Branche.

PUMA verwendet zwar schon seit den 1950er Jahren Leder, doch heute macht Leder nur noch etwa 4 % der Schuhmaterialien aus. Zu den PUMA 10For25 Zielen gehört das Ziel, 100 % des Leders aus zertifizierten Quellen zu beschaffen. Das Unternehmen arbeitet dazu mit Organisationen wie der Leather Working Group zusammen, um sicherzustellen, dass das gesamte Leder aus zertifizierten Gerbereien stammt. Darüber hinaus lässt sich PUMA regelmäßig von Tierschutzorganisationen beraten, um seine Tierschutzmaßnahmen zu überprüfen.

Medienkontakt: Samantha Du Plessis, Samantha.duplessis@puma.com

PUMA

PUMA is one of the world's leading sports brands, designing, developing, selling and marketing footwear, apparel and accessories. For 75 years, PUMA has relentlessly pushed sport and culture forward by creating fast products for the world's fastest athletes. PUMA offers performance and sport-inspired lifestyle products in categories such as Football, Running and Training, Basketball, Golf, and Motorsports. It collaborates with renowned designers and brands to bring sport influences into street culture and fashion. The PUMA Group owns the brands PUMA, Cobra Golf and stichd. The company distributes its products in more than 120 countries, employs about 20,000 people worldwide, and is headquartered in Herzogenaurach/Germany.

