



## PRESSEMITTEILUNG

### **PUMAs Initiative 'Voices of a RE:GENERATION' gibt jungen Changemakern eine Stimme bei der Gestaltung seiner Nachhaltigkeitsinitiativen**

- *Aufbauend auf den Ergebnissen der Conference of the People, powered by PUMA, stärkt das Sportunternehmen die Stimme junger Menschen, indem es ihnen mit Voices of a RE:GENERATION ein Mitspracherecht gibt*
- *Das Projekt priorisiert das Thema Nachhaltigkeit für die nächste Generation und reagiert damit auf Untersuchungen, die zeigen, dass junge Menschen von Marken mehr Engagement, eine bessere Kommunikation und mehr Transparenz in diesem Bereich erwarten*



**Herzogenaurach, Deutschland, 6. April 2023** – Das Sportunternehmen PUMA wird seine Nachhaltigkeitsstrategie weiterentwickeln, indem es Perspektiven und Empfehlungen junger Menschen miteinbezieht. Das Projekt mit dem Namen *Voices of a RE:GENERATION* beginnt mit

einer einjährigen Zusammenarbeit zwischen PUMA und vier jungen Umweltschützer\*innen aus Europa und den USA, die diese Strategie aktiv mitgestalten können.

Als Teil von PUMAs kontinuierlichem Einsatz für ein [Forever Better](#), werden die vier *Voices of a RE:GENERATION* gemeinsam mit PUMA daran arbeiten, Nachhaltigkeitsinitiativen verständlicher zu kommunizieren, damit gerade jüngere Konsument\*innen angesprochen und miteinbezogen werden. Zusätzlich werden sie Feedback zu den Nachhaltigkeitspraktiken im Einklang mit den [10FOR25-Zielen](#) des Unternehmens geben. Die Kooperation wird auf einer ehrlichen und offenen Basis stattfinden. So können die Voices ihre Perspektiven sowie Erfahrungen teilen und Bereiche identifizieren, in welchen sich PUMA verbessern kann.

PUMAs *Voices of a RE:GENERATION* sind:

- [Alice Aedy](#) – eine Dokumentarfilmerin aus Großbritannien. Sie ist Mitbegründerin der Produktionsfirma Earthrise Studios, die die Geschichten derjenigen erzählt, die an vorderster Front gegen den Klimawandel kämpfen.
- [Andrew Burgess](#) – ein Upcycler aus den USA, der mithilfe seiner eigenen Kreationen den Kleidungs- und Modekonsum der Menschen ändern möchte.
- [Luke Jaque-Rodney](#) – ein Vlogger aus Deutschland, der Wege für ein nachhaltiges und gesundes Leben aufzeigt.
- [Jade Roche](#) – eine bildende Künstlerin und Kreativberaterin aus Frankreich, die mit Marken zusammenarbeitet, um deren Kommunikation zu verbessern.

PUMAs *Voices of a RE:GENERATION* ist eine Fortsetzung der Arbeit, die das Sportunternehmen im September 2022 mit der [Conference of the People, powered by PUMA](#) in London begonnen hat. Auf der Konferenz wurden Lösungen für einige der dringendsten Nachhaltigkeitsprobleme der Modeindustrie, mit besonderem Fokus auf Gen-Z, diskutiert. Hierbei wurde betont, dass Marken sowohl ihre Transparenz als auch ihre Kommunikation in Bezug auf Nachhaltigkeit verbessern müssen.

Die neue Initiative baut auf PUMAs Versprechen auf, seine Nachhaltigkeitsinitiativen so zu kommunizieren, dass sie für alle Zielgruppen verständlich sind, insbesondere für die nächste Generation. Untersuchungen des Sportunternehmens haben ergeben, dass 71% aller jungen Menschen das Gefühl haben, ihre Stimme werde nicht gehört, wenn es um die Umwelt geht. Von den Marken wünschen sie sich mehr Engagement (49%), eine bessere Kommunikation der Ziele (40%) und mehr Transparenz (34%).

Im Laufe des Jahres 2023 werden sich die *Voices of a RE:GENERATION* mit PUMAs Chief Sourcing Officer Anne-Laure Descours und PUMAs Nachhaltigkeitsteam zur Zusammenarbeit und zu einem ehrlichen und offenen Austausch treffen. Als Teil dieser Partnerschaft werden gemeinsam konkrete Möglichkeiten entwickelt, wie das Sportunternehmen seine Geschäfts- und Nachhaltigkeitsstrategie verbessern kann. Gleichzeitig werden die Voices ihre Plattformen nutzen, um PUMAs Bemühungen transparent und authentisch zu kommunizieren.

„Wir haben die Fortschritte unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten schon immer dokumentiert. Unsere Teilnahme an der Conference of the People, powered by PUMA hat uns jedoch gezeigt, dass unsere Bemühungen nicht immer verständlich für die nächste Generation sind“, sagt Anne-Laure Descours, PUMAs Chief Sourcing Officer. „Wir erkennen die Notwendigkeit, zu handeln, und verpflichten uns dazu, das Thema Nachhaltigkeit für alle zugänglich und transparent zu gestalten. *Voices of a RE:GENERATION* ist unser erster Schritt in diese Richtung.“

Alice Aedy, Großbritannien, sagt: „Nachhaltigkeit ist ein sehr glanzloses und technisches, aber dringendes Thema, das Auswirkungen auf Menschen und den Planeten hat. Zweifellos ist es ein sehr komplexes Thema. Es geht um mehr als nur Materialien oder Emissionen, es geht um die Menschen und Prozesse, die hinter den Kulissen daran arbeiten eine Marke nachhaltiger zu machen. Es geht darum, wie eine Marke wie PUMA das authentisch kommuniziert.“

Andrew Burgess, USA, sagt: „Nachhaltigkeit kann nicht einseitig sein. Eine Marke kann nicht eigenständig bestimmen, was nachhaltig ist. Besonders nicht, wenn sie Konsument\*innen auf der ganzen Welt hat, die mit ihren Produkten in Berührung kommen. Ich freue mich darauf, mich eingehend mit PUMAs Bemühungen zu befassen und meine Ansichten bezüglich Verbesserungsmöglichkeiten zu teilen. Es ist an der Zeit, dass unsere Generation ein Mitspracherecht hat.“

Luke Jaque-Rodney, Deutschland, sagt: „Wir können alle unser Bestes geben, uns nachhaltig zu kleiden und zu leben. Letztendlich sind wir aber auf den Willen der Marken angewiesen, von welchen wir unsere Kleidung kaufen. Wir wissen, dass eine Person allein keinen Unterschied machen kann. Dennoch sind unsere Stimmen gemeinsam stark, wenn wir mit den richtigen Menschen und richtigen Marken, wie PUMA, reden. Das ist sehr spannend!“

Jade Roche, Frankreich, sagt: „Es ist großartig, dass PUMA eine stärkere Verantwortung in Sachen Nachhaltigkeit übernimmt und offen für kritische Gespräche ist, wenn es darauf ankommt, was sie machen und was sie planen. Allgemein gesehen ist es an der Zeit, dass wir beginnen darüber zu diskutieren, was Nachhaltigkeit wirklich bedeutet. Was muss eine Marke tun, um nachhaltig zu sein, transparent zu kommunizieren und was bedeutet das für die kommende Generation?“

*Voices of a RE:GENERATION* ist nur ein weiterer Schritt für PUMA. 2022 belegte die Marke Spitzenplätze in seinem Sektor 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 hielt das Sportunternehmen sein dreifaches A-Ranking mit MSCI und seinen Prime Status bei ISS – beides führende Ratingagenturen für Nachhaltigkeit. 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.

PUMAs *Voices of a RE:GENERATION* startet heute. Es ist der Beginn einer einjährigen Initiative, die mithilfe von Einblicken und Feedback dazu beiträgt, die Nachhaltigkeitskommunikation des Sportunternehmens zu verbessern. Auf PUMAs Social-Media-Kanälen wird gezeigt, wie die

Gespräche zum Leben erweckt werden und zu Veränderungen führen. Mehr Informationen gibt es auf <https://about.puma.com/en/sustainability/voicesofregeneration>.

**Medienkontakte:**

MSL Communications Agency – +44 7815 474 060 – [pumaglobalteam@mslgroup.com](mailto:pumaglobalteam@mslgroup.com)

Kerstin Neuber - Corporate Communications - PUMA - +49 9132 81 2984 – [kerstin.neuber@puma.com](mailto:kerstin.neuber@puma.com)

**PUMA**

---

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designt, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit 75 Jahren stellt PUMA die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler der Welt her. Zu unseren Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running & Training, Basketball, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit weltweit bekannten Designer-Labels und bringt damit innovative und dynamische Designkonzepte in die Welt des Sports. 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. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <http://www.puma.com>