



PRESSEMITTEILUNG

PUMA ERÖFFNET SEINEN GRÖSSTEN EUROPÄISCHEN FLAGSHIP-STORE IM HERZEN VON LONDON UND BRINGT DAMIT DAS BESTE DER MARKE DIREKT ZU DEN KONSUMENT*INNEN



London, Großbritannien, 1. Dezember 2025 — PUMA hat seinen bislang größten Flagship-Store in Europa in der Londoner Oxford Street eröffnet. In einer der belebtesten Shopping-Destinationen Europas werden Konsument*innen dort die besten Produkte des Unternehmens und ein einzigartiges Storytelling geboten.

Der neue Flagship-Store, nur wenige Sekunden von Selfridges und der U-Bahn-Station Bond Street entfernt, erstreckt sich über eine Fläche von rund 2.200 Quadratmetern und präsentiert die branchenführenden Innovationen von PUMA, wie die Running-Technologie NITRO™, die Fußballschuhe FUTURE, ULTRA und KING sowie die aktuellen Lifestyle-Produkte.

„Die Eröffnung unseres Flagship-Stores in der Oxford Street ist ein besonderer Moment für PUMA“, **sagte Arthur Hoeld, CEO von PUMA**. „Unser erster Flagship-Store in Europa bietet uns die Möglichkeit, mehr



Menschen als je zuvor zu erreichen – mitten im Herzen einer der bekanntesten Shopping-Destinationen der Welt. Er ist eine starke Plattform, um direkt mit den Konsument*innen in Kontakt zu treten, unsere neuesten Performance-Innovationen zu präsentieren und unsere Markenpräsenz an einem der einflussreichsten Einzelhandelsstandorte der Welt zu stärken. An diesem Ort stellen wir nicht nur die Exzellenz unserer Produkte in den Vordergrund, sondern würdigen auch unsere Unternehmensgeschichte sowie unsere langjährige Zusammenarbeit mit Spitzenathlet*innen.“

Der Store bietet verschiedene Bereiche, in denen Produkte einzigartig individualisiert werden können. Außerdem können Konsument*innen über eine digitale Running-Videowand, die auf jede Berührung reagiert, in die PUMA Performance-Technologie NITRO™ eintauchen. Im Archivbereich, in dem ikonische Stücke aus den letzten 77 Jahren der Marke ausgestellt sind, können sie zudem mehr über die umfangreiche Geschichte von PUMA erfahren.

„London ist einer der wettbewerbsintensivsten Einzelhandelsmärkte der Welt und die Oxford Street seine bedeutendste Bühne“, **ergänzte Lucynda Davies, Managing Director Großbritannien und Irland bei PUMA.** „Mit diesem Flagship-Store zeigen wir unser Vertrauen in Großbritannien und unterstreichen unser Engagement, innovative und kreative Erlebnisse zu bieten, die authentisch für PUMA sind.“

Anlässlich der Eröffnung stellte PUMA eine exklusive London-Kollektion vor. Inspiriert vom Community Spirit und der kreativen Energie der Stadt, interpretiert die Kollektion britische Ikonen wie die Union Flag und Harris Tweed aus der modernen Perspektive von PUMA neu. Die limitierten Stücke sind exklusiv im London Flagship-Store erhältlich.

Der London Flagship-Store ist nun für die Öffentlichkeit zugänglich und bietet für den Rest des Jahres 2025 und bis ins Jahr 2026 ein abwechslungsreiches Programm mit Veranstaltungen und Aktionen, darunter exklusive Kooperationen, Auftritte von Athlet*innen und immer neue Einkaufserlebnisse. So soll der Flagship-Store auch lange nach seiner Eröffnung ein lebendiger Anziehungspunkt bleiben.

Mit einem Eröffnungsprogramm wird PUMA am 4. Dezember den offiziellen Verkaufsstart im Store feiern. In den kommenden Monaten wird der London Flagship-Store auch als Bühne für wichtige Markenerlebnisse dienen, darunter ein HYROX-Event für HYROX London-Athlet*innen am 3. Dezember vor dem Rennen sowie ein einzigartiges Motorsport-Event am 11. Dezember, bei dem die Rennsportgeschichte von PUMA, die Partnerschaft zwischen PUMA und dem Aston Martin F1 Team sowie eine Select Capsule Collection im Mittelpunkt stehen werden.

Im Oktober hat PUMA seine neuen strategischen Prioritäten vorgestellt. Diese zielen darauf ab, das Unternehmen neu auszurichten und es als eine Top-3 Sportmarke weltweit zu etablieren. Während der Großhandel und das Direct-to-Consumer-Geschäft auch zukünftig eine wichtige Rolle in der Vertriebsstrategie von PUMA spielen werden, strebt das Unternehmen eine Weiterentwicklung seines Vertriebskanalmixes sowie ein höheres Wachstum in den Direct-to-Consumer-Kanälen an, um sich dem Branchendurchschnitt anzunähern.



Für weitere Informationen über PUMA, besuche puma.com und folge uns auf Social Media [@puma](https://twitter.com/puma) und [@puma.UK](https://www.puma.co.uk).

Hinweise für Journalisten:

Store-Bilder: [LINK](#)

Exklusive London-Kollektion: [LINK](#)

Medienkontakte:

PUMA

Kseniia Iliushina

Global Brand PR Manager

kseniia.iliushina@puma.com

160over90 – PR Agency

Alex Mackenzie-Grieve

amackenziegrieve@160over90.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