



PRESSEMITTEILUNG

Voices of a RE:GENERATION gewähren transparenten Einblick in PUMAs Beschaffungskette

Herzogenaurach, 23. April 2024 - Das Sportunternehmen PUMA hat seinen „Voices of a RE:GENERATION“ und zwei Journalist*innen uneingeschränkten Zugang zu Fabriken seiner Lieferanten in Bangladesch, Vietnam und der Türkei ermöglicht. Die Besucher*innen haben ihre Eindrücke diverser sozialer und Umweltaspekte von PUMAs Beschaffungskette in Videos festgehalten, die heute veröffentlicht werden.

Im Rahmen von PUMAs Initiative [„Voices of a RE:GENERATION“](#) erhalten vier Aktivist*innen und Umweltschützer*innen der Generation Z seit April 2023 Einsicht in die Nachhaltigkeitsmaßnahmen des Unternehmens. Sie unterstützen PUMAs Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit mit einem jüngeren Publikum und helfen, sie auf dessen Bedürfnisse abzustimmen. Die Voices bringen sich mit neuen Sichtweisen ein, geben ihre Erkenntnisse weiter und zeigen Verbesserungspotenzial auf. Im vergangenen Jahr informierten sich drei von ihnen bei einem Besuch vor Ort bei PUMAs Produktionspartnern über die Beschaffungskette und ließen sich die Herausforderungen und den Fortschritt auf dem Weg zur Nachhaltigkeit in großem Umfang schildern. Mit dem Ziel, Kommunikation und Transparenz in diesem Bereich zu verbessern, erhielten

die Voices von PUMA die Chance, ihre Eindrücke ungefiltert in Filmen festzuhalten und öffentlich zu teilen.

„Wir veröffentlichen unsere Kennzahlen zur Nachhaltigkeit zwar schon seit langem, aber es wird zunehmend wichtiger, jüngere Generationen in unsere Nachhaltigkeitsentscheidungen einzubeziehen,“ sagte Anne-Laure Descours, Chief Sourcing Officer bei PUMA. „Mit diesem ganz besonderen Einblick in unsere Beschaffungskette wollten wir den Voices nicht nur die Fortschritte und die Leidenschaft unserer Lieferanten für das Thema Nachhaltigkeit vermitteln, sondern ihnen auch die Situation vor Ort und die Herausforderungen aufzeigen, vor denen wir stehen.“

Die von den Voices Luke Jaque-Rodney, Jade Roche und Andrew Burgess gedrehten Videos informieren über soziale und Umweltaspekte der Textilindustrie und klären über Arbeitsbedingungen, faire Löhne, Textilabfall, Ressourceneffizienz und weitere aktuelle Themen auf. Während ihres Besuchs erkundigten sich die jungen Aktivist*innen über einzelne Herstellungsprozesse und tauschten sich persönlich mit Fabrikbesitzer*innen und Textilarbeiter*innen über ihre Eindrücke und die öffentliche Wahrnehmung der Branche aus.

Die Voices haben ihre Erfahrungen auch mit PUMA geteilt und Verbesserungsvorschläge gemacht. Luke und Jade dokumentierten ihre Erfahrungen bei PUMAs Zulieferern der Ebene 1 und 2 für Textilien und Schuhe, darunter DBL Hamza Textiles Ltd, DBL Jinnat Knitwears Ltd und Urmi Fakhruddin Textiles Ltd in Bangladesch, sowie Dai Loc Shoe Corporation und Alliance One Apparel Co. Ltd in Vietnam. Während des Besuchs informierten sie sich über die Initiativen, die von PUMAs Produktionspartnern umgesetzt werden, wie z.B. der Aufbau von Beziehungen zu Gewerkschaften, Fair Price Shops, Kinderbetreuungseinrichtungen, die Modernisierungsmaßnahmen und vieles mehr. Begleitet wurden die Voices von Anne-Laure Descours, Chief Sourcing Officer bei PUMA,

Veronique Rochet, Senior Director Sustainability bei PUMA, und zwei Journalist*innen mit umfangreicher Branchenerfahrung, die den Voices eine historische Perspektive der Textilindustrie vermitteln. In seinem Film [„Stitch and Spice“](#) gewährt Luke Jaque-Rodney im Gespräch mit Arbeiter*innen in Bangladesch und Vietnam einen Einblick in die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie. Durch visuelles Storytelling möchte Jade Roche bestehende Vorstellungen überholen und bietet mit [MADE IN BANGLADESH](#) und [MADE IN VIETNAM](#) einen unvoreingenommenen Blick auf die Produktion in diesen Ländern.

In Begleitung von Stefan Seidel, Senior Director Corporate Sustainability bei PUMA, besuchte Andrew Burgess die Fabriken von SLN Textile, ISKO und Fersan Tekstil in der Türkei. Thema seiner Videos ist PUMAs RE:FIBRE Programm, mit dem der Einsatz von kreislaufwirtschaftlichen Textiltechnologien skaliert werden soll. April 2024 im Social-Media-Kanal von Luke Jaque-Rodney ([@lukejaquerodney](#)) bzw. Jade Roche ([@ramennnnn](#)) sowie auf [PUMAs Website](#) und YouTube-Kanälen verfügbar. Unter [@wandythemaker](#) ist der Content von Andrew Burgess auf Instagram zu sehen. Aishwarya Sharma, viertes Mitglied der Voices of a RE:GENERATION, wird im Laufe des Jahres an ihrem Projekt arbeiten.

Weitere Informationen unter:
<https://about.puma.com/de/voices-regeneration/behind-factory-door>

Medienkontakt: samantha.duplessis@puma.com

PUMA

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designet, 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 21.000 Mitarbeiter*innen. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland.