



**FOREVER.
BETTER.**

PRESSEMITTEILUNG

PUMA reduziert Treibhausgasemissionen im Jahr 2023 um 24 %

Herzogenaurach, 13. März 2024 – Das Sportunternehmen PUMA hat trotz starken Umsatzwachstums 2023 seine Treibhausgasemissionen im Vergleich zum Vorjahr um 24% reduziert.

Das war möglich, weil die Kernlieferanten des Unternehmens die Verwendung von erneuerbaren Energien im Jahr 2023 verdoppelt haben. Außerdem hat PUMA weniger CO₂-intensive Materialien in seinen Produkten verwendet, sein Logistikpartner Maersk einen grünen Frachttarif eingeführt und PUMA in seinem eigenen Betrieb erneuerbare Energien, einschließlich Grünstromzertifikate, verwendet und in Elektrofahrzeuge für seinen Fuhrpark investiert. Im Vergleich zum Ausgangsjahr 2017 bedeutet das eine absolute Reduzierung der Treibhausgase um 29%.

"Wir sind sehr stolz auf die Fortschritte, die wir bei unserer Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2023 gemacht haben, insbesondere was die Reduzierung von Treibhausgasen betrifft", sagte Anne-Laure Descours, Chief Sourcing Officer bei PUMA. "Wir werden uns aber nicht ausruhen und unsere FOREVER. BETTER Nachhaltigkeitsstrategie und unsere 10FOR25 Ziele weiterhin konsequent umsetzen."

Insgesamt verringerten sich die eigenen Emissionen des Unternehmens seit 2017 um 85% und in seiner Lieferkette, relativ zum Umsatz, um 65%. Dadurch konnte PUMA sein erstes wissenschaftsbasiertes Klimaziel 2023 erreichen, sieben Jahre vor dem ursprünglichen Zieljahr 2030. PUMAs neue Klimaziele, die von der Science Based Targets Initiative (SBTi) genehmigt wurden, sollen den Ausstoß von Treibhausgasen um das Maß reduzieren, das nach Ansicht der Wissenschaft notwendig ist, um die globale Erwärmung unter 1,5 Grad zu halten. Bis 2030 wird PUMA im Vergleich zu 2017 seine absoluten Scope

1 und 2 Treibhausgasemissionen um 90% verringern. Laut SBTi sind PUMAs Scope 1 und 2 Ziele mit einem 1,5 Grad Ziel konform. Bis 2030 will PUMA seine absoluten Treibhausgasemissionen aus der Lieferkette im Vergleich zu 2017 um 33% senken.

PUMA hat nicht nur bei seinen Klimaschutzambitionen nachgelegt, sondern auch Fortschritte bei seinen anderen [10FOR25 Nachhaltigkeitszielen](#) gemacht und zwei seiner 10 Ziele vorzeitig erreicht.

PUMA konnte sein Plastik & Ozeane-Ziel erreichen, indem in seinen eigenen Stores keine Plastiktragetüten mehr verwendet werden und das Unternehmen in die Forschung nach biologisch abbaubaren Kunststoffoptionen investierte. Das erfolgreiche [RE:SUEDE](#) Experiment, in dem eine experimentelle Version des Suede Sneakers unter kontrollierten Bedingungen in Kompost verwandelt wurde, war ein wichtiger Bestandteil dieses Ziels. Eine verkäufliche Version des RE:SUEDE kommt im April 2024 auf den Markt.

PUMA konnte auch sein Menschenrechtsziel erreichen. Dazu wurden mehr als 220.000 Fabriksarbeiter*innen zum Thema Frauenrechte geschult und die Subunternehmer und Lieferanten der Ebene 2 auf Menschenrechtsrisiken untersucht. Außerdem haben unsere Mitarbeiter*innen mehr als 57.000 Stunden gemeinnützige Arbeit geleistet.

PUMA konnte 2023 auch die Verwendung von recycelten Materialien skalieren und 8 von 10 Produkten mit einem signifikanten Anteil an recycelten und zertifizierten Materialien herstellen. Ab 2024 werden alle* Replica-Fußballtrikots mit PUMAs RE:FIBRE Recycling-Technologie gefertigt, bei der zum Großteil Polyester-Textilabfälle als Ausgangsmaterial herangezogen werden.

PUMAs vollständiger Nachhaltigkeitsbericht ist auf <https://about.puma.com/de/sustainability/reporting> verfügbar.

***ausgenommen alle lokal hergestellten Trikots und Replicas für Al Hilal, Galatasaray SK, Fenerbahce, Schachtar Donezk**

Medienkontakt: Samantha Du Plessis - Corporate Communications - PUMA SE – samantha.duplessis@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.