



PRESSEMITTEILUNG

PUMA stellt globales Marketing neu auf

- Umbau der Abteilung für effizientere Abstimmung und schnellere Entscheidungsfindung zwischen zentralen Geschäftsbereichen
- Verlegung von Brand Management und Marketing Operations von Boston an den Firmensitz in Herzogenaurach
- US-Marketingteam vor Ort durch mehr lokale Verantwortung gestärkt
- Richard Teyssier zum neuen Global Brand & Marketing Director ernannt
- PUMA CEO Arne Freundt: "Mit dem Umbau unserer globalen Marketingorganisation schaffen wir die strukturelle Grundlage, um unsere Markenbegehrlichkeit – eine unserer wesentlichen strategischen Prioritäten – weiter zu steigern."

Herzogenaurach/ Boston, 14. Juni 2023 – Im Zuge der Umsetzung der strategischen Prioritäten stellt das deutsche Sportunternehmen PUMA seine globale Marketingorganisation neu auf. Die Entscheidung schafft die organisatorische Grundlage, um die Marke PUMA als eine der drei strategischen Prioritäten des Unternehmens weiter zu stärken. Künftig wird die globale Marketingorganisation von PUMA in der Unternehmenszentrale in Herzogenaurach angesiedelt sein, um eine bessere Abstimmung und schnellere Entscheidungsfindung mit den globalen Produktfunktionen, der globalen Go-to-Market-Funktion und der Kreativdirektion des Unternehmens zu ermöglichen. Deshalb werden mit Wirkung zum 1. Juli 2023 die Abteilungen Brand Management und Marketing Operations von Boston nach Herzogenaurach verlegt. Gleichzeitig wird die Marketingorganisation von PUMA Nordamerika mehr gestärkt, indem sie für das US-amerikanische Sportsmarketing und US-amerikanische Produktkollaborationen verantwortlich sein wird, um die Marke im US-Markt noch attraktiver zu machen.

"Die Marke PUMA ist das Herzstück unseres Erfolgs", sagte Arne Freundt, CEO von PUMA. "Unsere Analysen haben jedoch gezeigt, dass wir noch viel Potenzial haben, um das Beste aus ihr herauszuholen. Deshalb ist es eine unserer wichtigsten strategischen Prioritäten, unsere Marke unablässig weiter zu stärken. Indem wir die globale Marketingorganisation jetzt in unmittelbarer Nähe zu unseren zentralen Produktfunktionen am Unternehmenshauptsitz ansiedeln, legen wir dafür die organisatorische Grundlage. Wir stellen damit eine einheitliche Markenkommunikation sicher und können Entscheidungen schneller treffen, um die Marke PUMA weiter zu stärken und unseren Kundenfokus weiter zu schärfen. Durch die Neuaufstellung werden wir noch wirkungsvollere Kampagnen durchführen können, um unsere Marke im Bewusstsein unserer Kunden weiter zu verankern."

Im Rahmen der Reorganisation hat sich PUMAs Chief Brand Officer Adam Petrick entschieden, nicht nach Herzogenaurach mitzukommen, sondern sich neuen beruflichen Herausforderungen abseits von PUMA nach mehr als zwei Jahrzehnten bei dem Unternehmen zu widmen. Adam wird bis zum Ende des Jahres im Unternehmen bleiben, um einen reibungslosen Übergang sicherzustellen.

Richard Teyssier, Regional General Manager Europe bei PUMA, wird ab dem 1. Juli 2023 die globale Marketingorganisation als Global Brand & Marketing Director leiten. In dieser Funktion wird er direkt an PUMA CEO Arne Freundt berichten. Richard verfügt über umfassende Erfahrung in den Bereichen Markenmanagement und Marketing aus 17 Jahren in führenden Marketingfunktionen bei Mars Inc.. Bevor er 2010 zu PUMA wechselte, war er in Frankreich für einige der bekanntesten Marken des Unternehmens verantwortlich, wie z.B. M&M's und TWIX. Bei PUMA war Richard bis 2021 General Manager für den französischen Markt, bevor er die Verantwortung für Zentraleuropa, Frankreich, Großbritannien & Irland, Südeuropa, Nordeuropa für alle Vertriebskanäle übernahm. Die Region Europa wird er auch weiterhin verantworten, bis sein Nachfolger für die Position bekannt gegeben wird.

"Ich möchte Adam Petrick für seinen wichtigen Beitrag zum Erfolg von PUMA während seiner mehr als 20 Jahre bei uns danken", sagte Arne Freundt. "Mit Richard Teyssier haben wir den

idealen Kandidaten gefunden, um PUMAs Markenstrategie in Zukunft voranzutreiben. Er ist nicht nur ein echter Marketing-Spezialist mit starker Expertise im Markenmanagement. Er ist auch ein integrales Mitglied unserer PUMA-Familie und kennt unser Geschäft in- und auswendig aus seinen mehr als 12 Jahren als General Manager bei PUMA France und PUMA Europe."

Medienkontakt:

Kerstin Neuber – Corporate Communications - PUMA – 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.