

Innovation mit Mensch und Technologie

29/10/2025 Romain Girard über KI, Daten und den sportlichen Instinkt in der Innovationskultur von Puma.

Als Global Director of Innovation bei Puma entwickelt Romain Girard mit seinem Team Produkte, die Sportlerinnen und Sportler auf jedem Niveau unterstützen – von Weltklasseprofis bis zu Menschen, die sich einfach gern bewegen. Im Gespräch erklärt er, warum bei Puma jede Innovation im Sport beginnt, welche Rolle Intuition in einer datengetriebenen Welt spielt und wie Technologien aus dem Spitzensport auch den Alltag verbessern können.

Viele Innovationen bei Puma entstehen direkt aus dem Sport. Wie werden Erfahrungen von Athletinnen und Athleten zu echten Produkten oder Technologien?

Romain Girard: Unser Ziel ist es, Athletinnen und Athleten mit den besten Werkzeugen auszustatten. Und das von Kopf bis Fuß. Leistung bedeutet dabei nicht nur, Rekorde zu brechen, sondern auch Freude an Bewegung zu haben. Wir wollen beides ermöglichen. PUMA wurde 1948 von Rudolf Dassler

gegründet, und Sport war von Anfang an das Herzstück der Marke. Das hat sich bis heute nicht geändert, auch wenn uns viele mit Lifestyle oder Mode verbinden. Unser Ursprung und unsere Zukunft liegen im Sport. Wir gehen bei Innovation ähnlich vor wie Marken im Motorsport: Man muss an der Spitze experimentieren, Grenzen austesten und Risiken eingehen. Die Technologien, die dort entstehen, fließen später in Produkte für alle. Wenn man an der Spitze nicht vorangeht, läuft man nur hinterher – und Nachahmer prägen selten den Wert einer Marke. Ein einfaches Beispiel: Wir haben einmal denselben Fußballschuh genommen, ihn weiß lackiert und das Logo ausgetauscht. Swoosh, drei Streifen, Puma. Der wahrgenommene Wert änderte sich sofort um zehn bis fünfzehn Euro. Das zeigt, wie stark Markenwert ist. Innovation und Markenstärke gehören immer zusammen.

Wie gehen Sie und Ihr Team bei Puma mit Rückschlägen um – und was entsteht daraus?

Girard: Entscheidend ist, das Problem wirklich zu verstehen. Daten spielen dabei eine große Rolle, aber sie ersetzen nicht das Denken. Sie liefern uns Fakten, die wir einordnen müssen: Was funktioniert gut, was weniger, was liegt dazwischen? Wir sammeln viele Daten, vor allem über unsere digitalen Kanäle. Die eigentliche Stärke liegt aber darin, sie sinnvoll zu filtern und zu interpretieren. Dabei hilft uns KI. Sie kann riesige Datenmengen schnell analysieren und aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachten. Aber die Definition des Problems bleibt menschlich – und das ist schon die halbe Lösung. Sobald der Rahmen steht, kommt es auf Intuition, Kreativität und Teamarbeit an. KI kann Strukturen vorgeben, aber Menschen bringen die Ideen zum Leben. Intuition ist dabei oft unterschätzt. Vögel wissen, wann der Winter kommt – niemand muss es ihnen sagen. Auch wir tragen dieses Gespür in uns. Bei Puma versuchen wir, Daten und Technologie mit dieser menschlichen Seite zu verbinden. Genau dort entsteht echte Innovation.

Bei Puma wird vieles ausprobiert und neu gedacht. Wie gelingt es Ihnen, diesen Entdeckergeist im Team zu bewahren und zu entscheiden, welche Ideen wirklich weiterführen?

Girard: Wir fördern Eigeninitiative und Kreativität, aber immer mit einem klaren Ziel. In Zeiten von digitalem Hype und künstlicher Intelligenz kann man leicht den Fokus verlieren. Unsere Aufgabe als Führungskräfte ist es, Prioritäten zu setzen und Orientierung zu geben. Innovation muss Sinn ergeben, auch wirtschaftlich. Wenn ein Unternehmen nicht erfolgreich ist, profitieren wir alle nicht. Deshalb setzen wir Leitplanken, die Raum für Experimente lassen, aber sicherstellen, dass Ideen auch echten Mehrwert schaffen. Unternehmerisch zu denken bedeutet für uns, neugierig, praktisch und verantwortungsvoll zu handeln – immer auf der Suche nach besseren Lösungen für Athletinnen und Athleten, ohne unsere Markenwerte aus den Augen zu verlieren.

Technologien für Spitzensportler beeinflussen oft auch Alltag, Fitness und Gesundheit. Wie stellt Puma sicher, dass High-Performance-Innovationen auch im täglichen Leben Wirkung zeigen?

Girard: Wir arbeiten mit Athletinnen und Athleten aus vielen unterschiedlichen Disziplinen, auch aus sehr spezialisierten Bereichen wie dem 400-Meter-Hürdenlauf. Gerade dort lernen wir viel über Belastung, Kraft, Biomechanik und Grenzen des Körpers. Wenn Athleten an ihre Limits gehen, gewinnen wir Erkenntnisse, die helfen, Schuhe und Kleidung zu entwickeln, die im Alltag gesund und sicher sind. Es

geht weniger um die direkte technische Übertragung als um ein tieferes Verständnis dafür, wie der Körper mit Bewegung umgeht. Und natürlich schafft sportlicher Erfolg Vertrauen. Wenn unsere Athleten Weltmeistertitel gewinnen oder Rekorde brechen, zeigt das den Menschen, dass hinter jedem Puma-Produkt echte Innovation steckt. KI hilft uns, die richtigen Fragen zu stellen, aber die Antworten kommen immer noch von Menschen.

MEDIA ENQUIRIES



Jan Boris Wintzenburg

Director Communications and Marketing
Porsche Consulting GmbH
+49 (0) 152 3911 8663
jan_boris.wintzenburg@porsche-consulting.com

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2025/unternehmen/porsche-consulting-interview-romain-girard-40963.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/2f0a8b0b-8dee-487d-b7cc-c6bca7789b3a.zip

Externe Links
https://www.porsche-consulting.com/de/home/