



Paris, 13. April 2025. Über 50.000 Läuferinnen und Läufer stürmen durch die Straßen der französischen Hauptstadt. Vom Arc de Triomphe über die Bastille bis zur Tour Eiffel – der Schneider Electric Marathon de Paris ist mehr als ein sportliches Großereignis. Er erzählt von einem Land im Aufbruch, von Menschen, die sich bewegen – nicht nur im wörtlichen, sondern auch im übertragenen Sinne.

Laufen liegt im Trend – und ist für alle da

Fast ein Viertel der französischen Bevölkerung schnürt regelmäßig die Laufschuhe. 12,5 Millionen Menschen – Männer und Frauen fast gleichauf – gehen joggen. Der Reiz? Einfach loslaufen, den Kopf frei bekommen und den eigenen Rhythmus finden. Beim Marathon von Paris mischt sich alles: Anfänger, alte Hasen, Studierende, Rentner, Banker, Krankenschwestern – sie alle verbindet das Lächeln nach dem ersten Kilometer und der Stolz beim Zieleinlauf. Kein Eintritt, keine Mitgliedschaft, kein Leistungsdruck – Laufen ist demokratisch.

Wer braucht da noch einen exklusiven Club, wenn die Straße allen gehört?

Ein sportliches Event mit grünem Gewissen

Der Marathon von Paris läuft nicht nur sportlich rund – er denkt auch grün. Die Initiative „Green Runners“ zeigt, wie Sport und Umweltschutz Hand in Hand gehen können. Teilnehmende bringen ihre eigenen Trinkflaschen mit, werfen Müll in die richtigen Tonnen und reisen mit Bus oder Bahn an. Kein leeres Versprechen: Die Veranstalter setzen konkrete Maßnahmen um, um den CO₂-Fußabdruck des Events Jahr für Jahr zu verringern. Auch das gehört heute zum Laufgefühl dazu – ein gutes Gewissen im Gepäck.

Sinnsuche auf Asphalt

Warum rennen so viele Menschen freiwillig über 42 Kilometer? Die Antwort liegt nicht nur in der körperlichen Herausforderung, sondern auch einer Suche nach Sinn. Laufen ist nicht bloß ein Hobby – es wird zur Philosophie. Jeder Schritt, jeder Atemzug, jeder Muskelkater erzählt eine Geschichte von Ausdauer und Überwindung. Wer läuft, findet oft auch Antworten auf Fragen, die sich im Alltag verstecken. Laufen hilft gegen Stress, Einsamkeit und innere Unruhe – es verbindet Körper und Seele, wie ein Dialog ohne Worte.



Wirtschaftsmotor mit Tempo

Der Laufsport bringt nicht nur Menschen in Bewegung, sondern auch die Wirtschaft. Zwischen 2015 und 2020 wuchs der Markt für Laufprodukte in Frankreich um satte 16 Prozent. Laufschuhe, Funktionskleidung, GPS-Uhren, Fitness-Apps – der Bedarf steigt. Marken wie Asics, Nike oder Decathlon feiern Umsatzrekorde, während Apps wie Strava längst soziale Netzwerke ersetzen. Laufveranstaltungen boomen, und mit ihnen ein ganzer Wirtschaftszweig, der Bewegung zum Geschäftsmodell gemacht hat.

Immer in Bewegung – auch beim Laufen

Laufen bleibt nicht stehen. Neue Trends sorgen dafür, dass es nie langweilig wird. Trailrunning führt die Menschen raus in die Natur – weg vom Asphalt, rein ins Abenteuer. Beim „Plogging“ wird Joggen mit Müllsammeln kombiniert, Fitness trifft Umweltbewusstsein. Und wer lieber allein läuft, aber nicht auf Gemeinschaft verzichten will, nimmt an digitalen Wettbewerben teil – mit GPS, App und virtuellem Applaus. Das Laufen ist digital, lokal und global zugleich geworden.

Mehr als ein Lauf – ein Symbol

Der Marathon von Paris ist nicht einfach nur ein Sportevent. Er ist ein Spiegel einer Gesellschaft, die sich bewegt, verändert, neu erfindet. Er zeigt, dass Menschen nach Gemeinschaft, Gesundheit und Selbstwirksamkeit streben. Dass Sport Brücken baut, Grenzen überwindet und den Blick nach vorn richtet. Paris wird an diesem Tag zur Bühne für all jene, die ihrem Leben Richtung geben – Schritt für Schritt, Atemzug für Atemzug.

Vielleicht ist das der eigentliche Zauber dieses Laufs: Er ist keine Flucht – sondern eine Ankunft. Bei sich selbst, bei anderen, in einer Zukunft, die gemeinsam gestaltet wird.

Catherine H.

SEO-Keyphrase: