

Europa im Laufschrift: Wie Sport und Running unser strategisches Wachstum antreiben

24.9.2026 - | Zalando SE

Die Herbst-Laufsaion ist in vollem Gange. Direkt nach den Kopenhagen World Athletics Straßenlauf-Weltmeisterschaften am 20. September richtet sich unser Blick auf Berlin, wo am 27. September der BMW BERLIN-MARATHON die Hauptstadt übernimmt.

Gemeinsam am Start: Vom Schreibtisch an die Startlinie

Bei Zalando wird die Sportkultur aktiv gelebt. Beim BMW BERLIN-MARATHON gehen Mitarbeitende aus dem gesamten Unternehmen an den Start: James Rothwell (SVP Marketing), Max Bankewitz (General Manager DACH) und Matt Glynn (Head of GTM, Sports) stellen sich der 42,195 km langen Strecke - Seite an Seite mit Mitgliedern unseres Mitarbeiter-Laufclubs, dem Zalando Run Club.

Der Laufclub feiert diesen September sein einjähriges Bestehen und bringt wöchentlich bis zu 100 Kolleg*innen aller Leistungsstufen zusammen, um neueste Ausrüstung zu testen und gemeinsam zu laufen. Für viele Mitglieder sind diese wöchentlichen Kilometer nicht nur Spaß, sondern ein Mittel zum Zweck: Als Team für den BMW BERLIN-MARATHON zu trainieren und ihn gemeinsam zu meistern.

Aufbau von Europas führender Sport-Destination

Sport ist ein zentraler Wachstumsmotor für Zalando. Über 85 % unserer Kund*innen treiben wöchentlich Sport, wobei der Laufsport an der Spitze steht.

„Die Sportkultur in Europa entwickelt sich rasant, und wir sind direkt an der Seite unserer Community“, sagt **Nina Graf-Vlachy, General Manager Sports**. „Egal, ob jemand für seinen ersten 5-Kilometer-Lauf trainiert oder eine neue persönliche Bestzeit im Marathon anstrebt - wir möchten direkten Zugang zu spezialisierten Produkten und guter Beratung bieten.“

Kategorieübergreifend hängt unser Running-Bereich den europäischen Markt ab. Wir bringen globale Top-Marken und technische Spezialisten-Label in dedizierten digitalen Hubs zusammen. Im World of Running-Hub erhalten Läufer*innen über das Race Lab Zugang zu unabhängigen technischen Analysen zu Carbonplatten, Schaumstoffdichten und Grip. Zudem können sie smarte KI-Ausrüstungsempfehlungen nutzen und ihre Strava-Routen direkt auf der Plattform synchronisieren. Dadurch greifen Kund*innen immer häufiger zu hochwertigen Produkten: Im Jahr 2021 kosteten 35 % der bei Zalando verkauften Laufschuhe über 100 €. Heute liegt dieser Anteil bei über 80 %.

Von der Faszination des Wettkampftags zum Plattformwachstum

Sponsorings von Großveranstaltungen verbinden die reale Laufkultur direkt mit unserem Shop.

Präsenz dort zu zeigen, wo die Community zusammenkommt, schafft Glaubwürdigkeit und verwandelt die Energie der Renntage in Plattform-Besuche.

Der BMW BERLIN-MARATHON bildet das Flaggschiff unserer Running-Partnerschaften, ergänzt durch Großevents in Kopenhagen, Rotterdam, Rom, Valencia und Zagreb. Jedes Event hat dabei einen individuellen Charakter: Beim Kopenhagen-Halbmarathon haben wir einen 230 Meter langen Musiktunnel errichtet, sowie ein Anfeuer-Barometer installiert, um die Läufer zu pushen und die Lautstärke des Publikums zu messen. In Rotterdam haben wir Fan-Zonen und Massage-Stationen für die Zeit nach dem Lauf eingerichtet.

In Berlin dreht sich bei unseren Vor-Ort-Aktivierungen alles um die Zalando RunZone am Kurfürstendamm. Die Zone vereint Schuh-Tests verschiedener Marken, Experten-Talks und Shake-out-Runs mit lokalen Crew-Leadern. Zudem erwarten die Besucher*innen Trainings- und Recovery-Sessions, Gear-Personalisierung und die offizielle After-Party am Sonntag. Am Renntag drehen wir dann in der gemeinsamen Zalando CheerZone mit Adidas am Nollendorfplatz bei Kilometer 36 so richtig auf. Diese Momente erwecken unsere globale Kampagne „Run like a local“ zum Leben.

Auch nach dem Ziel geht die Inspiration weiter: Am 5. Oktober startet unsere exklusive Kurz-Doku „Why I Run“ auf Zalando und YouTube. Wir haben drei Läufer*innen durch die Höhen und Tiefen ihrer Marathonvorbereitung begleitet. Der Film zeigt hautnah, wie viel Wille und Hingabe nötig sind, um es bis an die Startlinie zu schaffen.

Ein breiteres Mandat für den europäischen Sport

Laufsport ist ein zentraler Pfeiler unserer Multi-Spezialisten-Strategie im Bereich Sport. Wir vertiefen unsere Präsenz zudem durch Fußball-Partnerschaften mit dem DFB und dem belgischen Fußballverband (RBFA) sowie durch Wintersport-Events wie den LAAX Open. Indem wir High-Tech-Performance mit stilvollem Auftreten verbinden, definieren wir neu, wie Menschen in Europa einen aktiven Lebensstil entdecken, einkaufen und leben.

<https://corporate.zalando.com/de/unternehmen/europa-im-laufschritt-wie-sport-und-running-unser-strategisches-wachstum-antreiben>