

Pressemitteilung

Frauensport ab 40: Millionen aktive Läuferinnen – aber kaum sichtbar in der medialen Berichterstattung

Berlin, 21. Mai 2025 – Frauen ab 40 laufen. Sie laufen für ihre Gesundheit, für ihr mentales Gleichgewicht, aus Freude an der Bewegung. Doch in der medialen Berichterstattung über den Laufsport finden sie kaum Anklang. Laufmagazine und Sportformate richten sich überwiegend an jüngere Zielgruppen. Themen wie Menopause, zyklusorientiertes Training oder Motivation abseits von Bestzeiten gelten als Nischenthemen – obwohl sie Millionen von Frauen betreffen.

Dabei zeigt ein Blick auf die Zahlen: Über 25 Prozent der 50- bis 69-Jährigen haben in den letzten fünf Jahren mit dem Lauftraining begonnen – ein Trend, der durch die Corona-Zeit deutlich verstärkt wurde. Was als Ventil für Bewegung und mentale Gesundheit diente, ist längst zur Konstante geworden: Etwa 22 Prozent der Marathonläuferinnen in Deutschland sind über 50 Jahre alt. Frauen ab 40 sind gesundheitsbewusst, aktiv – aber medial kaum vertreten. Das liegt auch daran, dass Sportkommunikation häufig an einem veralteten Leistungsbegriff hängt. Wer nicht schneller, höher, weiter, sondern stärker, gesünder, freier will, wird oft nicht mitgedacht.

Genau hier setzt [RUNTIMES](#) an: Die digitale Plattform wurde 2021 von Marit Böhmer und Tabitha Bühne gegründet und richtet sich 2025 gezielt an sportlich aktive Frauen ab 40 Jahren.

Ein digitales Zuhause für Läuferinnen

Aus der gemeinsamen Leidenschaft fürs Laufen wurde eine Plattform für Gleichgesinnte: Aus dem Herzensprojekt der beiden Laufbegeisterten entstand eine interaktive Plattform mit einer stetig wachsenden Community. Mit fundierten redaktionellen Inhalten, emotionalem Storytelling, Videos und Podcasts spricht RUNTIMES Frauen an, die nicht nur laufen, sondern sich für ihre Gesundheit, mentale Stärke und Lebensfreude engagieren – jenseits von Leistungsdruck.

„Laufmagazine werden meist von Männern für Männer gemacht“, sagt **Gründerin Marit Böhmer**, die zuvor über 20 Jahre in leitenden Funktionen bei großen Verlagshäusern wie Hubert Burda Media und Medienmarken wie Shape und RUNNING tätig war. "Uns war klar: Wir müssen eine Plattform schaffen, die Lebenswirklichkeiten von Frauen ab 40 ernst nimmt. Sie sind keine Nische – sie sind die Mitte der Gesellschaft."

Eine Plattform für Marken, die Haltung zeigen

Wer sportlich aktive Frauen wirklich erreichen will, braucht mehr als Zielgruppenwissen – er braucht Glaubwürdigkeit. RUNTIMES bietet genau das: markenintegrierte Werbeformate über Podcast-Integrationen, Produkttests und redaktionelle Storytelling-Kampagnen. Die Plattform ist multimedial vernetzt, reichweitenstark und bietet ein authentisches Umfeld mit minimalem Streuverlust. Der Jahresfokus 2025 lautet: Sportlich aktive Frauen ab 40 Jahren und Frauengesundheit. Dazu entsteht derzeit ein Mitgliederbereich mit Experten-Schulungen, Community-Treffen und der Möglichkeit für weiteren Austausch.

run-times.de



Über RUNTiMES

Gegründet 2021 von Marit Böhmer und Tabitha Bühne, ist RUNTiMES das erste rein digitale Laufmagazin mit Fokus auf vernetztes Storytelling. Die Plattform ist werbefinanziert und bietet hochwertigen, kostenlosen Content für Laufbegeisterte. Im Zentrum stehen Geschichten, die bewegen – jenseits von Bestzeiten und Leistungsdruck. Mit dem neuen Fokus auf Frauen ab 40 füllt RUNTiMES eine Lücke in der Medienlandschaft.

Pressekontakt:

Marit Böhmer

Mail: marit.boehmer@run-times.de