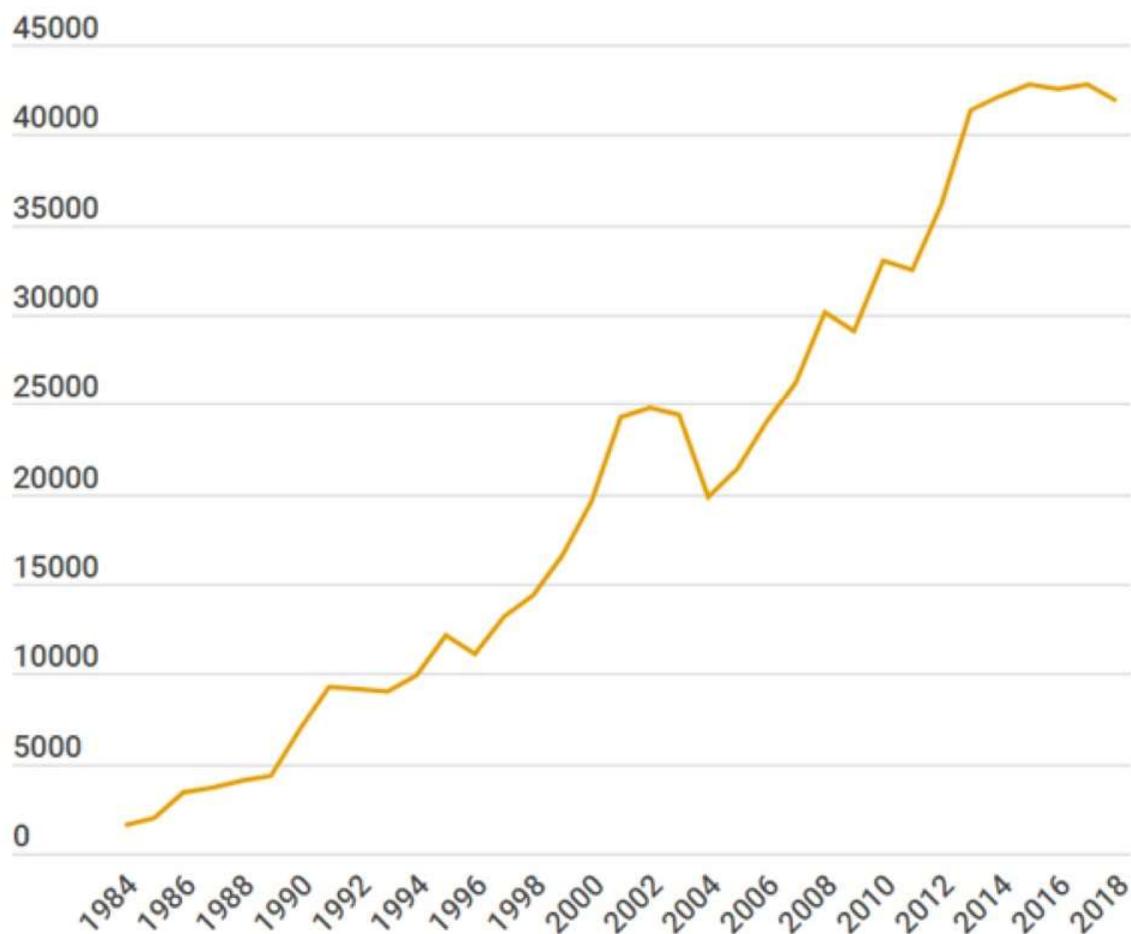


VCM Tourismusstudie



Hauptergebnisse, Grafiken

Gesamtanmeldezahlen seit Beginn des VCM



Beim ersten VCM im Jahr 1984 nahmen an Marathon und Frühlingslauf insgesamt rund 1.500 Personen teil. Seit 2013 werden jährlich mehr als 40.000 Anmeldungen für alle Bewerbe des Vienna City Marathon verzeichnet. Im Jahr 2018 gab es 41.919 Anmeldungen von LäuferInnen aus 127 Nationen.

Quelle: VCM Meldestatistik, mika:timing

94.000 LäuferInnen und Begleitpersonen



● LäuferInnen ● Begleitpersonen ● AusstellerInnen

Die Gesamtzahl an LäuferInnen, Begleitpersonen und AusstellerInnen beim VCM beträgt 94.012 Personen. Basis dafür sind 34.274 tatsächlich gestartete LäuferInnen in den Erwachsenenbewerben des VCM plus durchschnittlich 1,8 Begleitpersonen. Daraus ergibt sich eine Anzahl von 59.586 Begleitpersonen. Nicht eingerechnet sind die TeilnehmerInnen der Nachwuchsläufe sowie jene Läufer, die angemeldet waren, aber nicht gestartet sind. Nicht eingerechnet sind auch Zuschauer entlang der Laufstrecke.

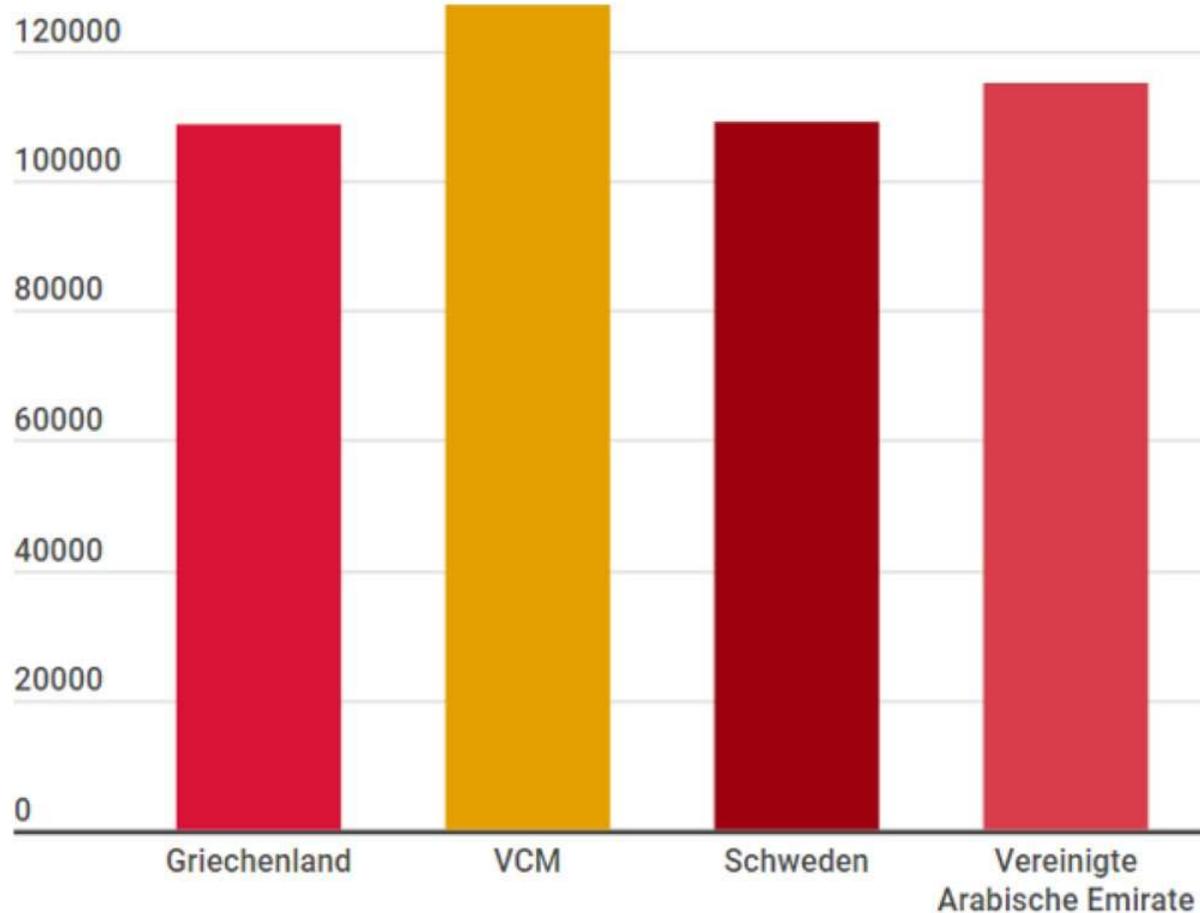
Quelle: VCM 2018 – Analyse der touristischen Effekte. RB Research & Consulting

VCM ist Boost für Nächtigungen



126 872

Insgesamt werden von den LäuferInnen, deren Begleitpersonen und den AusstellerInnen 126.872 Nächtigungen gebucht.

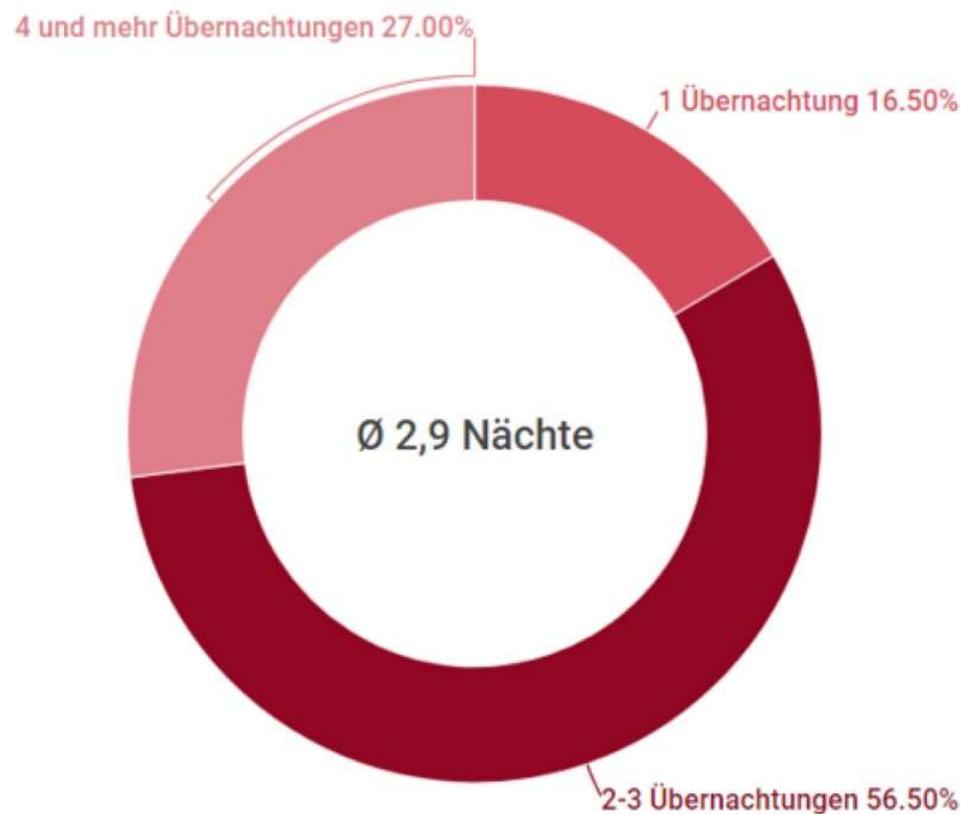


Der Vienna City Marathon generiert 126.872 Nächtigungen in Wien. Damit wird mit einer einzigen Veranstaltung die Gesamtzahl der Nächtigungen eines ganzen Jahres aus Herkunftsländern wie Griechenland (108.532 im Jahr 2017), Schweden (108.932) oder der Vereinigten Arabischen Emirate (115.015) übertroffen.

Quelle: VCM 2018 – Analyse der touristischen Effekte. RB Research & Consulting sowie Gästeübernachtungen in Wien nach Herkunftsländern 2017 | wien.gv.at.

Drei Übernachtungen pro Person

Bei mehr als der Hälfte der LäuferInnen (54,7%) ist mit der Teilnahme am VCM mindestens eine Übernachtung verbunden. Von diesen nächtigen 84,3% in kommerziellen Betrieben. Durchschnittlich nächtigen die TouristInnen des VCM 2,9 Nächte.



Quelle: VCM 2018 – Analyse der touristischen Effekte. RB Research & Consulting

24,7 Mio. Euro touristische Ausgaben



24,7 Mio

Die touristischen Gesamtausgaben der LäuferInnen, der Begleitpersonen und der AusstellerInnen, welche durch den VCM zusätzlich in Wien ausgelöst werden, umfassen rund € 24,7 Mio. (Brutto).

Darunter fallen u.a. Ausgaben für die Unterkunft, Speisen und Getränke, Kauf von Sportequipment auf der VCM Expo, Eintritte (Kultur, Museen), Unterhaltung, Nenn gelder, lokale Dienstleistungen, Einkäufe wie Kleidung, Souvenirs etc.

Bestnoten bei Imagewirkung



95%

Etwa 95 Prozent der LäuferInnen bewerten die Imagewirkung des Vienna City Marathon für die Stadt Wien mit Sehr Gut (70,2%) oder Gut (24,5%).

Der Mittelwert für die Bewertung der Imagewirkung nach Schulnotensystem beträgt 1,4.

Vienna City Marathon als Wirtschaftsfaktor



126.872

Nächtigungen



24,7 Mio. Euro

Touristische Ausgaben



Ø 2,9

Übernachtungen pro Person



95%

Sehr Gut oder Gut für Imagewirkung



94.012

LäuferInnen und Begleitpersonen

Quelle: VCM 2018 – Analyse der touristischen Effekte. RB Research & Consulting