

Der Zermatt Marathon schafft Wert

LÄUFER GENERIEREN RUND CHF 4 MIO. WERTSCHÖPFUNG

GB Die Zahlen einer vom Zermatt Marathon durchgeführten Wertschöpfungsanalyse liegen vor. Wissen wollte man unter anderem wie lange die Läufer vor Ort bleiben, wo sie übernachteten und wieviel sie ausgeben.

Mittels Online-Fragenbogen wurden rund 1500 Läufer des Zermatt Marathons 2011 befragt. 31,4 Prozent davon haben an der Umfrage teilgenommen; diese Rücklaufquote lässt auf ein repräsentatives Resultat schliessen.

Herkunft

Am Zermatt Marathon dominieren die Schweizer Teilnehmer. Fast die Hälfte der Läufer kommt aus der Schweiz, nämlich 47,5 Prozent. Die zweitgrösste Läufergruppe kommt aus dem Nachbarland Deutschland (38,9 %), gefolgt von Österreich (2,6 %) und USA/Kanada (1,8 %).

Aufenthaltsdauer und Art der Übernachtung

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der befragten Läufer beträgt drei Nächte. Nur

etwa 9 Prozent reisen am Lauftag an und ab. 20 Prozent geben an, zwei Nächte zu bleiben und 28 Prozent der befragten Läufer verbringen drei Nächte vor Ort. Rund 45 Prozent bleiben gar vier Nächte oder mehr. Die beliebtesten Beherbergungsarten sind Dreisterne- und Viersternehotels. 40,6 Prozent geben an in einem Dreisternehotel zu übernachten und 22,1 Prozent übernachten in Viersternehotels. Die drittgrösste Gruppe (13,4 %), die hauptsächlich Schweizer und Deutsche umfasst, übernachtet bei Privatpersonen.

Übernachtungsort

Die meisten Teilnehmer vom Zermatt Marathon übernachteten in Zermatt (46,7 %). Die zweitgrösste Gruppe, nämlich 14,2 Prozent übernachtet in Grächen, gefolgt von Täsch (10,3 %) und St. Niklaus (9 %).

Anzahl Begleitpersonen

81 Prozent der Läufer reisen mit mindestens einer Begleitperson an. Rund die Hälfte dieser 81 Prozent reist mit einer Person, ein Viertel mit zwei Begleitpersonen und der restliche Viertel reist mit drei oder mehr Begleitpersonen an. Rechnet man diese

Prozentzahlen hoch auf die Anzahl Teilnehmer am Zermatt Marathon 2013, würde das bedeuten, dass rund 5000 Personen für den Zermatt Marathon angereist sind.

Anreise

56,4 Prozent der Läufer reisen mit dem Auto an. 41,6 Prozent nutzen die öffentlichen Verkehrsmittel.

Geldausgaben

Neben den Übernachtungen wurden die Läufer auch nach ihren weiteren Ausgaben (exkl. Startgeld) befragt. 41,6 Prozent geben 100 Franken oder weniger pro Tag aus. 37,7 Prozent geben Ausgaben zwischen 101 bis 200 Franken an. Die restlichen 20,7 Prozent geben mehr als 200 Franken pro Tag aus. Als Hauptgrund für Geldausgaben hat die grosse Mehrheit (63,3 %) Restaurantbesuche und Einkauf von Nahrungsmitteln angegeben. Danach folgen verschiedene Ausflüge und Freizeitaktivitäten.

Motiv für die Wahl des Laufes

Die sportliche Herausforderung ist die grösste Motivation für die Läufer, dicht gefolgt

vom Aspekt Laufen in der Natur mit gut 60 Prozent. Dies bestätigt die Wichtigkeit des Matterhorns und der intakten Bergwelt rund um die Orte im Matternal.

Treue zum Zermatt Marathon

Die meisten Läufer nahmen 2011 zum ersten Mal am Zermatt Marathon teil. Dies kann hauptsächlich auf das Zusatzangebot des Ultra Marathons, mit Ziel auf dem Gornergrat zurückgeführt werden. Beeindruckend ist, dass 4,6 Prozent aller Läufer alle zehn Veranstaltungen besucht haben.

Die anschliessend durchgeführte Hochrechnung zeigt auf, dass der Zermatt Marathon durch die Läufer rund 4 Mio. Franken Wertschöpfung generiert. Nicht untersucht wurde die Wertschöpfung, die durch die rund 700 Helfer am Marathonwochenende generiert wird. Der Zermatt Marathon ging in diesem Jahr bereits zum 12. Mal über die Bühne und hat sich bei den Läufern wie auch bei den Leistungsträgern in der Region etabliert und er wird mit dem Halbmarathon 2014 sein Angebot noch vergrössern.