

13. September 2018

Marathontrend 2018: weiblich, international und social

Beim diesjährigen GENERALI MÜNCHEN MARATHON steigt der Frauenanteil auf den Unterdistanzen. Daneben nutzen immer mehr ausländische Gäste den Marathon für ein „Sightseeing“ durch die Stadt. Die Mehrheit der Läuferinnen und Läufer ist auch im Social Web sehr aktiv.

Trotz immer neuer Lauftrends – wie Urbanrunning, Trailrunning oder HIIT-Running - der „Marathon“ ist und bleibt der Klassiker im Laufsport. Vier Wochen vor dem Startschuss zum diesjährigen GENERALI MÜNCHEN MARATHON am 14. Oktober sind über 16.000 Teilnehmer gemeldet. Tendenz steigend. „Erfahrungsgemäß melden sich in den letzten drei Wochen vor dem Meldeschluss nochmals bis zu 6.000 Teilnehmer zusätzlich an, hinzu kommen – je nach Wetter – bis zu 1.000 Nachmelder am Marathonwochenende“, weiß Gernot Weigl, Geschäftsführer der MÜNCHEN MARATHON GmbH. „Wir rechnen daher in diesem Jahr mit bis zu 23.000 Teilnehmern.“

Ein Blick auf die Meldestatistiken beim GENERALI MÜNCHEN MARATHON zeigt die wichtigsten Marathontrends:

Trend 1: Mehr Marathonteilnehmer

Der GENERALI MÜNCHEN MARATHON freut sich über ein Plus von aktuell fünf Prozent auf der Marathondistanz. Der Halbmarathon bewegt sich auf Vorjahresniveau. Leichte Zuwächse melden auch die bei Firmen und Laufgruppen beliebte Marathonstaffel (vier Läufer teilen sich den Marathon) und der 10 KM-Wettbewerb.

Trend 2: Mehr Frauen

Noch vor fünf Jahren lag die Frauenquote bei 24 Prozent. In diesem Jahr liegt sie bei 36 Prozent. Bei der 10 Kilometer-Distanz haben die Frauen mit 100 aktuell gemeldeten Teilnehmerinnen mehr sogar die Männer überholt. Beim Halbmarathon ist knapp die Hälfte der Teilnehmer weiblich. Einzig beim Marathon dominieren die Männer mit rund 70 Prozent.

Presse-Kontakt:

MÜNCHEN MARATHON GmbH

Boschetsrieder Straße 69, 81379 München

089/17 09 55 70, Fax: 089/17 09 55 72

presse@muenchenmarathon.de; www.generalimuenchenmarathon.de

PRESSEINFORMATION

Trend 3: Moderates Tempo

Der Focus beim GENERALI MÜNCHEN MARATHON liegt auf Breitensport. Es verwundert daher nicht, dass sich nur 13 Prozent der Teilnehmer eine Bestzeit beim Marathon unter 3:13 Stunden zutrauen. Die Mehrheit – nämlich 65 Prozent – rechnet mit Laufzeiten unter 4:15. Die restlichen 22 Prozent liegen darüber.

Trend 4: International

Auch die Zahl der ausländischen Gäste, die zum Marathon nach München anreisen, steigt Jahr für Jahr. Der Anteil der ausländischen Teilnehmer liegt aktuell bei 32 Prozent (2017: 26 %). Bei den Nationen liegt aktuell Italien mit 587 Teilnehmern vorne, gefolgt von Österreich (539), England (409) und Frankreich (368).

Trend 5: Running im Social Web

Die Fangemeinde des GENERALI MÜNCHEN MARATHON bei Facebook ist inzwischen auf über 30.000 Freunde angewachsen. Kommuniziert wird überwiegend über die Social Media Kanäle. Der Läufer tracked seine Strecken und Trainingszeiten und lässt andere an seinen Aktivitäten und Erfolgen teilhaben. Selbst während des Laufens und beim Marathon ist das Smartphone ein wichtiger Coach und ständiger Begleiter.

Weitere Informationen zum GENERALI MÜNCHEN MARATHON gibt es unter www.generalimuenchenmarathon.de

Veröffentlichung honorarfrei. Belegexemplar erbeten.

Titelsponsor



Hauptsponsoren



Presse-Kontakt:

MÜNCHEN MARATHON GmbH

Boschetsrieder Straße 69, 81379 München

089/17 09 55 70, Fax: 089/17 09 55 72

presse@muenchenmarathon.de; www.generalimuenchenmarathon.de