



EVALUATION

BMW BERLIN-MARATHON 2024

Herausgebende: SCC EVENTS GmbH und Senatsverwaltung für Inneres und Sport des Landes Berlin





INHALT

Vorwort	5
Event	6
Imagewirkung	8
Mediale Berichterstattung	9
Wirtschaftlicher Wert	10
Soziale Wertigkeit	12
Ökologischer Impact	14



VORWORT

Der BMW BERLIN-MARATHON ist weit mehr als ein sportliches Großereignis. Jedes Jahr zieht er zehntausende Läuferinnen und Läufer aus aller Welt sowie über eine Million Zuschauer nach Berlin. Mit seinem internationalen Renommee und seiner exzellenten Organisation ist der BMW BERLIN-MARATHON nicht nur ein sportlicher Höhepunkt, sondern auch ein bedeutender Motor für die Sportmetropole Berlin.

Diese Evaluationsbroschüre bietet einen fundierten Überblick über die vielfältigen Auswirkungen des BMW BERLIN-MARATHON 2024 auf die Gastgeberin. Die Analyse, welche von Nielsen Sports durchgeführt wurde, umfasst wirtschaftliche, mediale, ökologische und soziale Dimensionen und zeigt den umfangreichen Mehrwert auf, den das Event für Berlin generiert.

Besonderes Augenmerk gilt der wirtschaftlichen Wertschöpfung, die mit 469,4 Millionen Euro einen erheblichen Beitrag zur Berliner Wirtschaft leistet. Die mediale Berichterstattung erzielte einen QI-Werbewert* von 2,75 Millionen Euro für Berlin und erreichte Millionen von Menschen weltweit. Auch die ökologische Dimension wird transparent beleuchtet – mit konkreten Maßnahmen zur Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung. Der soziale Beitrag, unterstützt durch 6.000 Volunteers, rundet die Analyse ab.

Mit dieser Broschüre möchten wir eine klare, datenbasierte Grundlage für die Bewertung des BMW BERLIN-MARATHON 2024 schaffen und die zahlreichen positiven Effekte des Events für Berlin aufzeigen. Unser Dank gilt allen Beteiligten und Partnern, die diesen Erfolg möglich gemacht haben.

Berlin im Juli 2025

* Erläuterungen zum QI-Werbewert (Seite 9)



EVENT



74.082

Teilnehmende
Sportlerinnen und Sportler

200.021

Begleitende
der Teilnehmenden



1.251.603

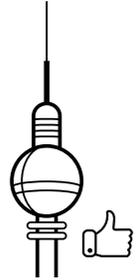
Zuschauerinnen und Zuschauer
(inklusive Besuchende der EXPO)



6.000

Volunteers

IMAGEWIRKUNG



89%

aller Berlinerinnen und Berliner im Alter zwischen 16 und 69 Jahren **kennen das Event.**



Das Event wird insbesondere als „**weltoffen**“, „**leidenschaftlich**“ und „**sympathisch**“ empfunden.



95%

der **Teilnehmenden** und deren **Begleitung**, die nicht aus Berlin kommen, würden die Stadt wieder besuchen und **geben eine Empfehlung zum Besuch der Stadt** ab.



MEDIALE BERICHTERSTATTUNG

Crossmedialer Mediawert* in Höhe von **2,75 Mio. Euro** durch Sichtbarkeit in der Berichterstattung



**Werbeträger-
kontakte**
national



Sichtbarkeit
der Wort-Bild-Marke
Berlin im nationalen
TV



Reichweite
auf Facebook,
Instagram und X



**Werbewert
Print-Medien**
regional im Zeitraum
des Events



21,6 Mio.

**YouTube-
Werbeträgerkontakte**
über Earned Media-Kanäle



**Werbewert Online
national:
1,85 Mio. Euro**

*Werbewert, der die erzielte Sichtbarkeit in verschiedenen Medien in Beziehung setzt zu den Werbepreisen. Der QI-Medienwert ist das Ergebnis des ungewichteten Medienwertes multipliziert mit dem QI-Score. Dieser wird auf der Grundlage von fünf Faktoren (z.B. Größe, Standort, Dauer) ermittelt und dann als Gewichtung für die Wertberechnung verwendet.

WIRTSCHAFTLICHER WERT

Direkte Wertschöpfung **+** Induzierte Wertschöpfung **=** Gesamte wirtschaftliche Wertschöpfung

142,7 Mio. Euro **326,7** Mio. Euro **469,4** Mio. Euro

Davon 12,1 Mio. Euro durch Veranstalter, (hauptsächlich Teilnahmebeiträge, Sponsoring, Standbuchungen auf der EXPO), 87,3 Mio. Euro durch Begleitende und 43,2 Mio. Euro durch Teilnehmende.

Wertschöpfung durch erhöhte Kaufkraft innerhalb der Region aus direktem ökonomischen Impact.

Summe aus direkter und induzierter Wertschöpfung, generiert durch Begleitende, Teilnehmende sowie Veranstalter.



Der gesamte wirtschaftliche Wert des BMW BERLIN-MARATHON 2024, einschließlich des medialen Einflusses für die Sportmetropole Berlin.



80,86
Mio. Euro
Wertschöpfung **HOTELLERIE**

Davon **53,6 Mio.** Euro durch Begleitende. Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von fast drei Nächten à **200 Euro** pro Übernachtung im Durchschnitt.



16,81
Mio. Euro
GASTRONOMIE

direkte Wertschöpfung für die Sportmetropole Berlin.



11,87
Mio. Euro
Wertschöpfung durch **SHOPPING & SIGHTSEEING**

Davon **5,36 Mio.** Euro durch Begleitende. Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von fast drei Nächten à **200 Euro** pro Übernachtung im Durchschnitt.



3,6
Mio. Euro
TRANSPORT

Wertschöpfung durch **TRANSPORT** in Berlin



200.021

Personen begleitet die Teilnehmenden



71%

reisen von außerhalb Berlins an.

94%

davon gaben das Event als Hauptgrund ihres Besuchs an.



Berechnung der ökonomischen Wertschöpfung durch Begleitende

Die Ermittlung des **ökonomischen Wertschöpfungseffekts** der Besuchenden des BMW BERLIN-MARATHON 2024 erfolgt auf Basis der **Anzahl der Begleitenden** und nicht auf Basis der gesamten geschätzten Zuschauerzahl (wie z.B. bei anderen internationalen Studien). Da bei einem Marathon die Fluktuation der Zuschauenden entlang der Strecke sehr hoch ist, kann die Zahl der unique Visitors nicht eindeutig bestimmt werden. Diese Gruppe ist jedoch relevant für die Berechnung der ökonomischen Wertschöpfung, um Mehrfachzählungen von Zuschauenden bei der Kalkulation auszuschließen. **Daher wurde die Berechnung auf Basis der Begleitenden durchgeführt, um ein konservatives und möglichst realitätsnahes Abbild der Wertschöpfung - wenngleich die Werte niedriger sind - für die Stadt Berlin zu erhalten.**



SOZIALE WERTIGKEIT



6.000

Volunteers

von denen **69%**
aus Berlin kommen.



VIELFALT UND INKLUSION

62 Rollstuhlfahrende

81 Handbiker

28 Teilnehmende mit **Inklusionshintergrund**

60 Teilnehmende mit **Guide**



über

6

Mio. Euro

SPENDEN

für **karitative** und **umweltbezogene**
Projekte gesammelt.

SENSIBILISIERUNG

Workshops zu
Inklusion und Vielfalt
für Mitarbeitende.

AWARENESS- TEAMS

Täglicher Einsatz
zur **Prävention**
grenzverletzenden
Verhaltens.

ÖKOLOGISCHER IMPACT



43%

ABFALLRECYCLING

Fast die Hälfte aller Abfälle wurde **recycelt**.

Systematische **Abfalltrennung** an den Versorgungspunkten und auf der EXPO sicherte eine umweltfreundliche Entsorgung.



ERNEUERBARE ENERGIEN

Der BMW BERLIN-MARATHON wurde fast ausschließlich mit Strom aus **erneuerbaren Quellen** betrieben.



KOSTENLOSER ÖPNV

Alle Teilnehmenden und Volunteers erhielten **kostenfreie ÖPNV-Tickets**, um die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zu fördern.



EINSATZ VON E-FAHRZEUGEN

Elektrische Führungsfahrzeuge sorgten für einen umweltfreundlichen Eventbetrieb.



WIEDERVERWENDUNG VON KLEIDUNG

10.147 kg abgelegte **Kleidung** und fast **1.000 Lafschuhe** wurden gesammelt und für den guten Zweck weiterverwendet.



NACHHALTIGES CATERING

An den Versorgungspunkten wurden **PET-Becher** aus recyceltem Material verwendet.



SAMMLUNG VON PFANDFLASCHEN

Rückgelassene **Pfandflaschen** wurden gesammelt und die Einnahmen für wohltätige Zwecke verwendet.





IMPRESSUM

Herausgebende

SCC EVENTS GmbH

Olympiapark Berlin,
Hanns-Braun-Straße/Adlerplatz
14053 Berlin

medien@scc-events.com

SENATSWERWALTUNG FÜR
INNERES UND SPORT

Abteilung Sport
Klosterstraße 47
10179 Berlin

abteilungIV@seninnssport.berlin.de

SCC | EVENTS

SPORTMETROPOLE

BERLIN



Redaktion und Design

Unikat PR

Bilder

BMW BERLIN-MARATHON (Petko Beier, Steffen Hartz, Sportograf, Sebastian Wells, Tilo Wiedenisohler), Bild S. 8: Lizenzfreies Bild, Verwendung gemäß den Lizenzbedingungen

Quelle Media- und Marktforschungsdaten

Evaluationsbericht BMW BERLIN-MARATHON 2024 – Wirtschaftlicher Einfluss des Events auf die Stadt Berlin.

Nielsen

Nielsen Sports Deutschland GmbH, Köln Januar 2025.

Stand: 06/2025