

Fachbereich Medien

Tonn, Carolin

Die Entwicklung der Finanzierung der Olympischen Spiele der Neuzeit – ein Ereignis dessen Absicht es anfangs war, mit Hilfe des Sports Vorurteile und nationale Egoismen zu überwinden, um so zum Weltfrieden und der internationalen Verständigung beizutragen entwickelt sich zu einer Veranstaltung mit weltweiter Bedeutung und Ansehen mit der ein Millionengeschäft gemacht wird.

The way of financing the Olympic Games and its development – a sports event developed from a small event which purpose in the beginning was to outgrow prejudice and egoism with the target to contribute something to world peace and international agreement to a big event of overriding importance with a very high standing around the whole world.

– eingereicht als **BACHELORARBEIT** –

Hochschule Mittweida - University of Applied Sciences

Erstprüfer

Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer

Zweitprüfer

Tobias Take

Hamburg

2011

Bibliografische Angaben

Tonn, Carolin Elena Ruth – Entwicklung der Finanzierung der Olympischen Spielen der Neuzeit – 2011 – 11 Seiten Verzeichnisse – 54 Seiten Inhalt – Hochschule Mittweida – Fakultät Medien – Bachelorarbeit – 2011

Referat

In meiner Bachelorarbeit geht es um die Entwicklung der Finanzierung der Olympischen Spiele der Neuzeit. Ich werde mich fast ausschließlich mit den Olympischen Sommerspielen beschäftigen. In meiner Arbeit geht es mir darum die Finanzierung einer Sportgroßveranstaltung zu beschreiben und anhand konkreter Jahreszahlen zu vergleichen. Hierbei werde ich bis in das 19. Jahrhundert zurückgehen und die Anfänge der Finanzierung beschreiben.

Mein Ziel ist es deutlich zu machen welche hohe Bedeutung die Finanzierung dieser Sportgroßveranstaltung hat, wie wenig präsent diese in der Gesellschaft, bei Sportlern und den Medien ist und wie sich diese im Laufe des letzten Jahrhunderts entwickelt hat. Mir ist es auch sehr wichtig die aktuelle Situation zu beschreiben und einen Ausblick auf die Zukunftsentwicklung der Olympischen Spiele zu geben. Hierbei werde ich sowohl auf die letzten Olympischen Sommerspiele 2008 in Peking eingehen als auch die bevorstehenden Spiele von 2012 in London mit einbeziehen.

Inhaltsverzeichnis

Bibliografische Angaben	II
Inhaltsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	V
Begriffserklärungen	VI
1 Einführung.....	1
1.1 Aufbau der Arbeit	1
1.2 Fragestellung und Zielsetzung	2
1.3 Themenwahl / Verwendete Methoden	3
2 Internationales Olympisches Komitee.....	4
2.1 Allgemeines	4
2.2 Gründung	5
2.3 Wichtige Organe und ihre Aufgaben	7
2.3.1 IOC-Session	7
2.3.2 Die IOC-Mitgliedschaft.....	7
2.3.3 Die Olympische Charta.....	8
2.3.4 Die Olympische Bewegung	9
2.3.5 Die Kommissionen	10
2.4 Kritik am IOC	11
3 Olympische Spiele als Franchise-Unternehmen	12
4 Finanzierung der Olympischen Sommerspiele	14
4.1 Einführung.....	14
4.2 Finanzierung durch staatliche Zuschüsse und Spenden	17
4.2.1 Einführung	17
4.2.2 Athen 1896	17
4.2.3 Rom 1960	19
4.2.4 Montreal 1976.....	19

4.2.5	Atlanta 1996.....	22
4.3	Finanzierung durch Sponsoren.....	23
4.3.1	Einführung.....	23
4.3.2	Athen 1896	24
4.3.3	Rom 1960	25
4.3.4	Montreal 1976.....	26
4.3.5	Atlanta 1996.....	26
4.3.6	Sponsoringbeispiel	27
4.3.7	TOP-Programm.....	29
4.3.8	Inlandssponsoring	33
4.4	Finanzierung durch Berichterstattung/Medien.....	35
4.4.1	Allgemein	35
4.4.2	Athen 1896	36
4.4.3	Rom 1960	38
4.4.4	Montreal 1976.....	40
4.4.5	Atlanta 1996.....	41
4.4.6	Kosten für Übertragungsrechte	41
5	Zahlenübersicht.....	45
6	Schlussbemerkung.....	49
6.1	Aktuelle Situation.....	49
6.2	Ausblick	52
	Literaturverzeichnis	VIII
	Eidesstattliche Erklärung.....	XI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersicht der Einnahmen des IOC im Zeitraum 1993-2008

Abbildung 2: Verteilung der Einnahmen durch das TOP Programm in Prozent

Abbildung 3: Entwicklung der Anzahl der teilnehmenden Sponsoren

Abbildung 4: Unternehmen im TOP-Programm (1985-2012)

Abbildung 5: Entwicklung des Inlandssponsoring von 1996-2008

Abbildung 6: Anzahl der Länder in denen die Olympischen Spiele übertragen worden sind

Abbildungen 7 und 8: Die Kostenentwicklung für Übertragungsrechte bei den Olympischen Spielen von 1960-2008

Abbildung 9: Entwicklung der Gebühren für die Übertragungsrechte der Olympischen Spiele

Begriffserklärungen

Acer ist ein taiwanisches Computerunternehmen mit einem Jahresumsatz von 17,9 Mrd. US Dollar (2009)

Drachme ist die neuzeitliche ehemalige Griechische Währungseinheit, für die man in der Zeit von 1831-2001 bezahlt. Ihre Unterteilung erfolgte in Lepta, 100 Lepta sind eine Drachme.

Bernard Madoff (* 29. April 1938 in Queens, New York City) ist ein US-amerikanischer Milliardenbetrüger und ehemaliger Finanz- und Börsenmakler. Er war Vorsitzender der Technologiebörse NASDAQ.

COJO steht für Montreal Olympics Jeux Olympiques und bezeichnet das Kanadische Nationale Olympische Komitee der Spiele von 1976 in Montreal

Comcast ist der größte Kabelnetzbetreiber, der zweitgrößte Internetdiensteanbieter und die drittgrößte Telefongesellschaft in den USA

Charilaos Trikoupis (* 11. Juli 1832 in Nafplion (Argolis; † 30. März 1896 in Cannes) war ein griechischer Politiker und ehemaliger Ministerpräsident.

FIFA steht für Fédération Internationale de Football Association (deutsch: Internationale Föderation des Verbandsfußballs) und ist der Weltfußballverband mit Sitz in Zürich, Schweiz

FIS steht für Fédération Internationale de Ski und ist der Internationale Ski-Verband mit Sitz in Oberhofen am Thunersee, Schweiz.

Georgios Averoff (* 1815; † 1899) war ein griechischer Geschäftsmann und Philanthrop

Als **Honoratioren** bezeichnet man seit dem 19. Jahrhundert Bürger, die aufgrund ihres herausgehobenen sozialen Status im überwiegend

kleinstädtischen Milieu großes Ansehen genießen. Beispiele: Lehrer (Schulmeister), Pfarrer, Richter und Ärzte.

ISL Marketing AG steht für International Sports, Culture and Leisure und ist ein von Horst Dassler (Sohn des Adidas Gründers Adi Dassler) gegründetes Marketingunternehmen aus dem 2001 die heutige FIFA Marketing AG entstanden ist.

Das **IOC Executive Board** besteht aus dem Präsidenten, vier Vizepräsidenten und zehn weiteren IOC-Mitgliedern. Es hat die übergeordnete Verantwortung für alle Verwaltungsaufgaben, die Finanzen, die internen Regularien und insbesondere für die Handlungsweisen des IOC. Eine der wichtigsten Aufgaben des Executive Boards ist es, die Aufsicht über die Einhaltung der Olympischen Charta wahrzunehmen.

UCI, die Union Cycliste Internationale, ist der internationale Radsport-Verband. Die UCI ist eine Nichtregierungsorganisation, die die nationalen Radsportverbände repräsentiert. Der Sitz der UCI befindet sich in Aigle in der Schweiz

Das **Panathinaikon-Stadion**, auch als Kallimarmaro bekannt, ist das Olympiastadion der ersten Olympischen Spiele der Neuzeit im Jahre 1896. Es wurde als Rekonstruktion auf den Fundamenten eines antiken Stadions gebaut und befindet sich im Athener Stadtzentrum.

Piräus ist eine Gemeinde in Attika, ein wichtiges Industriezentrum in Griechenland und der drittgrößter Mittelmeerhafen.

Das **Velodrom** war der Austragungsort der Bahnradwettbewerbe. Das Straßenrennen war 87 Kilometer lang und führte von Athen nach Marathon und wieder zurück.

1 Einführung

1.1 Aufbau der Arbeit

Die gesamte Arbeit ist mit dem Fokus auf die Entwicklung der Finanzierung der Olympischen Sommerspiele der Neuzeit geschrieben. Zunächst beschäftige ich mich jedoch kurz mit dem Internationalen Olympischen Komitee (kurz: IOC). Hier beginne ich bei der Gründung, erläutere anschließend die Aufgaben und Strukturen und gehe abschließend auf die Kritik am IOC ein. Der Inhalt des Abschnitts „Internationales Olympisches Komitee“ dient lediglich der Einführung, Grundkenntnisse beim Leser setze ich voraus. Im Hauptteil dieser Arbeit widme ich mich der Finanzierung der Olympischen Spiele der Neuzeit und deren Entwicklung. Die Bearbeitung erfolgt in thematischer Reihenfolge. Ich analysiere die Finanzierung durch staatliche Zuschüsse sowie Spenden, Sponsoren und durch die Medienberichterstattung. Jedes der aufgeführten Themengebiete bearbeite ich anhand von vier konkreten Jahreszahlen in dem Zeitraum von 1896 bis 1996. Dabei beschreibe und vergleiche ich die Finanzierung der Ersten Olympischen Spiele der Neuzeit in Athen (1896) sowohl mit der Finanzierung der Spiele von 1960 in Rom und den Spielen von 1976 in Montreal als auch mit den Spielen von 1996 in Atlanta.

Abschließend erläutere ich die aktuelle Situation anhand der Olympischen Sommerspiele von 2008 in Peking und gebe einen Ausblick auf die Zukunftstendenzen anhand des Beispiels der Olympischen Spiele 2012 in London.

Wichtig ist zu sagen, dass das Thema Finanzierung der Olympischen Spiele der Neuzeit sehr breit gefächert ist und es nicht möglich ist, im Rahmen einer Bachelorarbeit die komplette Bandbreite abzudecken. Demnach habe ich mich auf die genannten Aspekte und Jahreszahlen beschränkt.

1.2 Fragestellung und Zielsetzung

Die Olympischen Spiele der Neuzeit werden bereits seit mehreren Jahrzehnten bzw. Jahrhunderten ausgetragen. Im Laufe der Zeit hat sich an ihrem Ablauf, ihrer Bedeutung und ihrer Auswirkungen einiges verändert, sogar der Grundgedanke ist nicht mehr identisch. Ganz eng zusammen hängen diese Entwicklungen und Veränderungen mit der Finanzierung. Keine Olympischen Spielen gleichen den Vorherigen, die Ausrichter entwickeln immer wieder neue Konzepte und Ideen um sich von den bisherigen Veranstaltungen abzuheben und einzigartig zu sein. Grundsätzlich sind die sportlichen Wettbewerbe seit Jahren gleich. Es wird jedoch sehr viel Wert auf das Rahmenprogramm und die Präsentation des Austragungsortes gelegt. Demnach wird hierfür auch sehr viel Geld ausgegeben. Da jedes Land andere Möglichkeiten und Vorstellungen von der Art und dem Ausmaß der Subventionierung der Sportstätten, Infrastruktur und Rahmenveranstaltungen hat, gibt es erhebliche Unterschiede in der Kostenplanung.

Für den Zuschauer ändern sich über die Jahre viele Dinge, jedoch kann kaum jemand hinter die Kulissen schauen. Ich möchte in meiner Arbeit einen solchen Blick ermöglichen und deutlich machen, welche große Bedeutung die Finanzierung an den Olympischen Spielen hat. Vielen Zuschauern ist nicht bewusst, dass sich mit der Zeit auch hinter den Kulissen einiges verändert. Ihnen wird ein atemberaubendes Programm geboten, sowohl vor Ort als auch im Fernsehen. Viele haben die Erwartungshaltung, dass alle vier Jahre Olympische Spiele stattfinden und dies auch immer so bleiben wird. Mit dieser Arbeit möchte ich verdeutlichen, dass hinter all der bunten Show viele finanzielle Entscheidungen stecken, wovon manche alle vier bzw. zwei Jahre auf ein Neues diskutiert und gerechtfertigt werden müssen. Besonders interessant ist der Blick auf die Entwicklung innerhalb eines Jahrhunderts, dies mache ich durch die Darstellung der Ersten Olympischen Spiele der Neuzeit 1896 in Athen und der Spiele von Atlanta 1996 deutlich. Nach 100 Jahren unterscheiden sich die Spiele erheblich, ganz besonders im Bereich der Finanzierung. Gleich geblieben ist über all die Jahre ein erhebliches Interesse auf Seiten der Bevölkerung.

1.3 Themenwahl / Verwendete Methoden

Aus eigener Erfahrung kann ich sagen, dass die Finanzierung eines der wichtigsten Themen bei der Umsetzung einer Sportveranstaltung ist. Kostenpläne werden für jede Veranstaltung benötigt und nicht selten scheitern Konzepte in ihrer Umsetzung aufgrund der nicht umsetzbaren Finanzierung. Da ich meine eigenen Erfahrungen während meiner Trainertätigkeit im Breitensport gewonnen habe, war es reizvoll für mich, dies im Bereich internationaler Sportgroßveranstaltungen zu analysieren.

Ich beschäftige mich mit einem Thema das sehr weit in die Vergangenheit reicht und sehr vielfältig ist. Deshalb konzentriere ich mich auf einen Schwerpunkt. Ich beschäftige mich in dieser Arbeit mit der Finanzierung der Olympischen Spiele der Neuzeit. Um die Finanzierung darzustellen beleuchte ich besonders die Punkte Spenden, Sponsoren und die Medienberichterstattung.

Neben Büchern habe ich meine Informationen aus Hörbüchern, Filmen und dem Internet. Eine detaillierte Auflistung aller verwendeten Quellen ist im Quellenverzeichnis in Kapitel 7 zu finden.

2 Internationales Olympisches Komitee

2.1 Allgemeines

Das Internationale Olympische Komitee, das trotz der deutschen Abkürzung IOK oftmals auch in dem deutschsprachigen Raum als IOC abgekürzt wird, ist ein im Handelsregister eingetragener Verein. Es handelt sich um eine nichtstaatliche Organisation, die die Schirmherrschaft über die Olympische Bewegung (Erklärung siehe Kapitel 2.3.5.) hält. Alle Rechte an den Olympischen Symbolen wie Hymne und Symbole, sowie an den Spielen selbst, liegen vollständig beim IOC. Das IOC organisiert und betreut die Olympischen Sommer- und Winterspiele unter der Leitung des aktuellen Präsidenten Jacques Rogge. Als weitere Aufgaben beschreibt Frenzen (1988) die Anleitung und Inspiration innerhalb der olympischen Ideale, um damit die Freundschaft zwischen den Sportlern aller Länder zu fördern und zu festigen.¹

Das Internationale Olympische Komitee (IOC) ist bei seiner Vollversammlung im Juli 2011 im südafrikanischen Durban von 110 auf 113 Mitglieder gewachsen.² Neben dem IOC gibt es 205 Nationale Olympische Komitees (NOK), diese sind in der Association of National Olympic Committees (ANOC) vereint. Generalversammlungen der ANOC finden alle zwei Jahre statt. Die NOKs vertreten die Interessen der jeweiligen Länder im IOC, sie repräsentieren und organisieren die Olympische Bewegung auf nationaler Ebene. In Deutschland haben das „Nationale Olympische Komitee für Deutschland“ und der „Deutsche Sportbund“ im Jahr 2006 fusioniert, so dass eine Dachorganisation, der „Deutsche Olympische Sportbund“ (DOSB), entstanden ist.³

¹ Frenzen, Karl-Heinz, 1988, Olympische Spiele, S. 14

² www.focus.de/sport/olympia-2012/olympia-sportpolitik-ioc-waechst-in-durban-auf-113-mitglieder_aid_644160.html, aufgerufen am 23.07.2011

³ www.dosb.de

2.2 Gründung

Der grundlegende Gedanke der Wiederbelebung der Olympischen Spiele der Antike (776 v.Chr. bis 393 n. Chr.) war, dass der französische Pädagoge und Historiker Pierre de Coubertin Völker und Nationen der ganzen Welt näher zueinander bringen wollte und mit Hilfe des Sports Vorurteile und nationale Egoismen überwinden wollte um so zum Weltfrieden und der internationalen Verständigung beizutragen. Diese internationalen Spiele unter dem Schutz des Altertums sollten die Gelegenheit bieten sich im friedlichen Wettkampf zu begegnen um Gegensätze und Ängste abzubauen. Eine Zielsetzung die auf Frieden und Völkerverständigung abzielte. Seine Vision war die eines Amateursports, der Gesundheit und Kraft als Ausgleich zur geistigen Erziehung fördern sollte. Grundstein für diese Vorhaben war der Internationale Sportkongress vom 16.- 23. Juni 1894 in Paris. Ursprünglich lautete das Hauptthema dieser Veranstaltung „Das Studium und die Verbreitung der Prinzipien des Amateurismus“. Wenige Tage vor Beginn der Veranstaltung änderte Coubertin den Tagungstitel jedoch in „Kongress für die Wiederaufnahme der Olympischen Spiele“.

Am 16. Juni trafen sich 2000 Personen im Amphitheater der Sorbonne zur Eröffnung des Kongresses. Die ausländische Beteiligung hielt sich in Grenzen, lediglich 20 Vertreter aus 9 Ländern waren anwesend, viele Nationen blieben komplett fern, so auch Deutschland. Eine von Coubertin gegründete Kommission beschäftigte sich während des Kongresses ganz konkret mit der Wiederaufnahme der Olympischen Spiele. Coubertins Absicht war es, die ersten Olympischen Spiele der Neuzeit 1900 im Rahmen der Weltausstellung in Paris stattfinden zu lassen. Der griechische Literat Demetrius Vikelas schlug jedoch vor bereits 1896 mit der Wiederaufnahme in Athen zu beginnen. Der Grieche konnte sich durchsetzen, jedoch wurde der Beschluss erst am letzten Kongresstag gefällt. Dies führte dazu, dass der 23. Juni 1894 als offizielles Gründungsdatum des IOC angesehen wird.

Als erster Präsident wurde der Grieche Vikelas bestimmt. Auffällig war, dass kein deutscher Vertreter im IOC vertreten war. Coubertin konnte sich der feindlichen Einstellung der meisten Franzosen Deutschland gegenüber, bedingt durch den Deutsch-Französischen Krieg (1870-1871), nicht entziehen. Als im Zuge der Vorbereitungen für die ersten Spiele der

Neuzeit in Athen in Deutschland das „Nationale Olympische Komitee“ gegründet wurde, musste auch Coubertin einsehen, dass ein deutscher Vertreter in das IOC aufgenommen werden sollte. Es war jedoch nicht Coubertin selber, sondern der Grieche Vikelas der den deutschen Chemiker und Unternehmer Willibald Gebhardt im Januar 1896 zum IOC-Mitglied ernannte. Zum Zeitpunkt der ersten Olympischen Spiele der Neuzeit 1896 in Athen bestand das IOC aus 15 Mitgliedern.

Am ersten Tag nach den Olympischen Spielen 1896 übernahm Coubertin das Amt des Präsidenten, da die nächsten Spiele 1900 in Paris stattfinden würden. Es galt die Regel, dass das Land, in dem die nächsten Olympischen Spiele stattfinden werden, den Präsidenten stellte. Nachdem die ersten Spiele der Neuzeit ein überraschender Erfolg waren, enttäuschten die Spiele in Paris. Ebenso war die Frage des Austragungsortes für die Spiele 1904 ungeklärt, lediglich das Land, USA, stand fest. Dies führte dazu, dass Coubertin weiterhin Präsident blieb und sich mit der Problematik auseinandersetzen musste. Auch in den folgenden Jahren waren seine Meinung und seine Entscheidungen immer wieder gefragt, so dass das Amt des Präsidenten an seine Person gebunden wurde. Bei Ausbruch des Ersten Weltkrieges 1914 bot Coubertin Frankreich Unterstützung an, in dem er Propagandavorträge für die Armee in Schulen hielt. Die drohenden Kriegsfolgen in Frankreich führten dazu, dass Coubertin den Sitz des IOC von Paris nach Lausanne verlegte. Kommissarisch übertrug er die Präsidentschaft in den Jahren 1916-1919 auf den Vizepräsidenten, den Schweizer Godefroy de Blonay. Hauptgrund hierfür war, dass Coubertin es nicht mit seiner Würde als IOC-Präsident vereinbaren konnte, eine französische Armeeuniform zu tragen.

1925 übergab Coubertin das Amt des IOC-Präsidenten an den Belgier Henri de Baillet-Latour und wurde zum Ehrenpräsident auf Lebenszeit ernannt. Mittlerweile ist die Wahl des Präsidenten klar geregelt, die Wahl erfolgt auf der IOC-Session (siehe Kapitel 2.3.1) durch die IOC-Mitglieder anhand einer geheimen Wahl. Im Regelfall sind bei Wiederwahl bis zu zwei Amtsperioden möglich, wobei die erste acht Jahre und die zweite vier Jahre andauert. Eine dritte Amtszeit ist nicht vorgesehen. Als Person repräsentiert der IOC-Präsident das Internationale Olympische Komitee bei allen offiziellen Anlässen.⁴

⁴ Chappelet, Jean-Loup, 2008, The International Olympic Committee and the Olympic system: the governance of world sport

2.3 Wichtige Organe und ihre Aufgaben

2.3.1 IOC-Session

Das oberste Organ des Internationalen Olympischen Komitees ist, zumindest rechtlich gesehen, die IOC-Session. Es handelt sich hierbei um eine jährlich abgehaltene ordentliche Versammlung aller Mitglieder des IOC. In Jahren in denen Olympische Spiele stattfinden findet diese zweimal statt. Es werden nicht nur der Präsident und das IOC Executive Board (Begriffserklärung) gewählt, sondern alle Mitglieder, so auch die Ehrenmitglieder und Ehrenpräsidenten des IOC. Die Aufgabe die in der Öffentlichkeit am bekanntesten ist und am meisten beachtet wird, ist die Wahl der Gastgeberstädte für die Spiele. Jedoch werden auch Beschlüsse über Änderungen und Ergänzungen der Olympischen Charta (siehe 2.3.3) in der IOC-Session gefasst. Neben der ordentlichen Versammlung kann eine außerordentliche Versammlung durch den Präsidenten oder auf schriftlichen Antrag von einem Drittel der Mitglieder einberufen werden. Als erste IOC-Session wird der Internationale Sportkongress im Juni 1894 gelistet, da dies der Beginn der Olympischen Spiele der Neuzeit war.⁵

2.3.2 Die IOC-Mitgliedschaft

In den Anfangsjahren war es allein Coubertin überlassen die Mitglieder des IOC zu benennen. Er wählte überwiegend Personen zu denen er privaten Kontakt hatte und die in ihren Heimatländern einen angesehenen Status hatten. Seiner Meinung nach waren sie allein in der Lage die Olympische Idee in den jeweiligen Ländern zu verbreiten. Bevor es zu der heutigen Regelung gekommen ist, bei der die Mitglieder des IOC auf Vorschlag des IOC Executive Board in der jährlichen IOC-Session für jeweils acht Jahre gewählt werden, wurden die Mitgliedsposten von den bestehenden Mitgliedern gewählt. Coubertin hatte diese Art Selbstrekutierung gewählt um die Unabhängigkeit des IOC zu wahren. Alle Mitglieder galten nicht als Vertreter ihres Landes im IOC sondern vielmehr als IOC-Vertreter in ihren Heimatländern. Ihre Aufgabe war es, das IOC in ihrem Heimatland zu vertreten und die Idee der Olympischen Spiele zu verbreiten. Dadurch, dass sehr viele Aristokraten, Honoratioren

⁵ Frenzen, Karl-Heinz, 1988, Olympische Spiele, S. 27

(Begriffserklärung) und Akademiker von den vorherigen Mitgliedern gewählt wurden, stieg das Durchschnittsalter der Mitglieder innerhalb von 86 Jahren rapide von 38 auf 67 Jahre. Im Zuge dessen wurde 1999 eine Altersbeschränkung auf 70 Jahre eingeführt. Wurde ein Mitglied jedoch vor Eintritt dieser Regel gewählt, liegt das Alterslimit bei 80 Jahren. Für Mitglieder die vor 1966 gewählt wurden gibt es keine Altersbeschränkung. Eine weitere Einschränkung bei der Besetzung des IOC ist folgende: Die Anzahl der aktiven Sportler oder die Anzahl der Personen, die ein leitendes Amt in einer internationalen Sportorganisation bekleiden, ist jeweils auf 15 beschränkt. Jedes Mitglied leistet bei der Aufnahme einen Eid, in dem es sich den Inhalten der Olympischen Charta verpflichtet und seine Unterstützung für die Olympische Bewegung zusichert.⁶

2.3.3 Die Olympische Charta

Zu Beginn der Olympischen Spiele der Neuzeit waren die Grundlagen für die Handlungen in einfachen Statuten und Bestimmungen festgelegt. 1924 wurden nach einer IOC-Session in Rom die Beschlüsse erstmals systematisch zusammengefasst. So entstand das erste Regelwerk, das sich mit dem Ablauf der Olympischen Spiele beschäftigte und verbindliche Vorgaben für die internationalen Sportverbände und Organisationskomitees enthielt. Schon damals wurde der Begriff „Olympische Charta“ für dieses Regelwerk verwendet. Die Olympische Charta ist die zusammenfassende Gesetzesregelung der vom IOC angenommenen Grundprinzipien, Regeln und Durchführungsbestimmungen. Nach ihr richten sich die Organisation und die Tätigkeiten der Olympischen Bewegung (siehe 2.3.4.), auch legt sie die Bestimmungen zur Feier der Olympischen Spiele fest. Die in der Charta formulierten Zulassungsbedingungen für die Olympischen Spiele und die Regelung über die Verwertung der Medienrechte und der mit ihnen zusammenhängenden Zeichen und Produkte wirken bis in den nationalen Rechtsraum hinein. Das gilt insbesondere auch für das strikte Verbot des Dopings.⁷ Mittlerweile handelt es sich bei der Olympischen Charta um ein fünf Kapitel und 61 Artikel umfassendes Werk in französischer und englischer Sprache, wobei die französische Version bei Unklarheiten oder Verständnisdebatten immer Vorrang hat. Übersetzungen in andere

⁶ Kluge, Volker, 1997, Olympische Sommerspiele, Athen 1896-Berlin 1936

⁷ www.dosb.de/de/olympia/olympische-spiele/olympische-charta/ aufgerufen am 23.7.2011

Sprachen, auch ins Deutsche, werden zu jeder IOC-Session vorgenommen.⁸

2.3.4 Die Olympische Bewegung

Die Olympische Bewegung setzt sich zusammen aus einer Vielzahl nationaler und internationaler Sportorganisationen und -verbänden, anerkannter Medienpartner sowie Athleten, Betreuern, Schiedsrichtern und jeder anderen Person oder Organisation, die sich zur Einhaltung der Olympischen Charta verpflichtet hat. Zu ihnen gehören unter anderem:

- Internationale Sportverbände wie z.B. die FIFA (Begriffserklärung), die FIS (Begriffserklärung) oder die UCI (Begriffserklärung), sie sind für die Einhaltung der Regeln in ihren jeweiligen Sportarten zuständig.
- Nationale Olympische Komitees, sie vertreten das IOC in den einzelnen Mitgliedsländern und selektieren die Athleten, die an den Spielen teilnehmen.
- Organisationskomitees der Olympischen Spiele, sie planen und überwachen die Durchführung der Veranstaltungen in den einzelnen Olympiastädten. Sie bestehen nur ein paar Jahre und werden jeweils nach Ende der Veranstaltung aufgelöst, sobald der offizielle Schlussbericht vorliegt.⁹

Der Grundstein für die Olympische Bewegung wurde bereits von Pierre de Coubertin gelegt. Er verband den neu erschaffenen Begriff „Olympismus“ mit philosophischen Gedanken. Der „Olympismus“ soll die körperliche Stärke, die Willenskraft und den schöpferischen Geist des Menschen zu höchster Perfektion führen. Diese Perfektion könnte nur in echter sportlicher Gesinnung während friedlicher Wettkämpfe unter Beteiligung aller Völker und Nationen zum Ausdruck gebracht werden. Dieser von Coubertin gelebte philosophische Gedanke wurde auch von dem IOC als Grundlage für das weitere Handeln genutzt. Von Anfang an war es die selbst gestellte Aufgabe des IOC die Olympische Bewegung zu verbreiten und voranzutreiben. Das oberste Ziel dabei ist es einen Beitrag zum Aufbau einer friedlichen und gerechten Welt zu leisten, indem der

⁸ www.olympischeerziehung.de/media/modul/m1_3_1.pdf aufgerufen am 3.7.2011

⁹ Factsheet: Roles and responsibilities during the Olympic Games. IOC, Februar 2008

Sport ohne jegliche Diskriminierung die Jugend der ganzen Welt im Sinne von Freundschaft, Solidarität und Fairplay zusammenführt. Zu den Hauptaufgaben gehören folgende:

- Die Entwicklung derjenigen körperlichen und moralischen Qualitäten zu fördern, welche die Basis des Sporttreibens darstellen.
- Kooperation mit öffentlichen und privaten Organisationen zur Integrierung des Sports als Nutzen für die Menschheit.
- Kampf gegen jede Form von Diskriminierung.
- Widerstand gegen alle Formen kommerzieller Ausbeutung des Sports und der Athleten.
- Unterstützung der ethnischen Werte im Sport und des Fair Plays.¹⁰

2.3.5 Die Kommissionen

Wie bereits erwähnt ist das IOC für sehr viele unterschiedliche und bedeutsame Aufgaben verantwortlich. Um allen Aktivitäten gerecht zu werden wurden einzelne Kommissionen gegründet. Bereits bei den ersten Olympischen Spielen der Neuzeit 1896 gab es Kommissionen für unterschiedliche Aufgabenbereiche. Damals wurden unter anderem für die unterschiedlichen Sportarten Kommissionen gebildet, so gab es zuständige Kommissionen für Nautische Wettkämpfe, Schießen, Fechten und Rasenspiele, aber auch eigene Kommissionen für die Herrichtung und Erneuerung des Panathenäischen Stadions und des Empfangs der Teilnehmer/innen.

In den Kommissionen sind nicht nur Mitglieder des IOC, sondern neben Vertretern aus Sportorganisationen und den Nationalen Olympischen Komitees, auch Athleten, technische Experten und Ratgeber vertreten. Die Kommissionen werden von dem Präsidenten des IOCs eingesetzt, die Berichte hingegen werden dem Executive Board vorgelegt. Heutzutage gibt es zum Beispiel Kommissionen für die Finanzen, die Medizinische Abteilung, die Medienrechte und für das Olympische Programm.¹¹

¹⁰ www.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_671.pdf

¹¹ Kluge, Volker, 1997, Olympische Sommerspiele, Athen 1896-Berlin 1936

2.4 Kritik am IOC

Schon in den Anfangsjahren war das IOC von Krisen bedroht. Diese bestanden vorwiegend in der ablehnenden Haltung vieler Nationen gegenüber der Olympischen Bewegung. Bereits 1906 stand das IOC am Rande der Bedeutungslosigkeit, nachdem die Spiele 1900 und 1904 einen enttäuschenden Verlauf nahmen und Griechenland, ermutigt durch den Erfolg der Zwischenspiele 1906, die Olympischen Spiele dauerhaft für sich beanspruchte. Der Erste Weltkrieg drohte das IOC, das für eine Völkerverständigung durch friedliche internationale Zusammenkünfte eintrat, zu zerschlagen. Das Überleben des IOC war nur Coubertin zu verdanken, der den Sitz des IOC in die Schweiz verlegte. Die Olympischen Spiele gerieten immer mehr in den Brennpunkt politischer Interessen. Insbesondere in der Zeit des Kalten Krieges, der mit diversen Boykotten der Olympischen Spiele von einzelnen Staaten verbunden war, sah sich das IOC außer Stande, aber auch nicht Willens, auf die verschiedenen Parteien Einfluss zu nehmen. Mit dieser Neutralität sollte die Olympische Bewegung geschützt werden.

Viel gefährlicher war für das IOC jedoch eine innere Krise, die ihren Höhepunkt 1998 erreichte, als öffentlich bekannt wurde, dass mehrere IOC-Mitglieder vom Organisationskomitee der Olympischen Winterspiele 2002 in Salt Lake City bestochen wurden, um bei der Wahl des Austragungsortes die Stimmen dieser Mitglieder zu erhalten. Schon vorher wurde die Kritik laut, dass unter der Präsidentschaft des Spaniers Juan Antonio Samaranch das IOC zu autokratisch geführt und der Korruption kaum Einhalt geboten werde. Samaranch berief eine Kommission zur Aufklärung der Korruptionsaffäre. Einige Wochen später wurden die schuldigen Mitglieder bestraft. Sechs Mitglieder wurden auf Lebenszeit ausgeschlossen, vier Mitglieder sollten zurücktreten und zehn offizielle Verwarnungen wurden ausgesprochen. Eine Modernisierung des IOC war unausweichlich. Tatsächlich brachte bereits im folgenden Jahr die IOC-Session radikale Entscheidungen. Die Offenlegung der Finanzen, eine erhöhte Transparenz, und die Öffentlichkeit bei den Sitzungen waren erste sichtbare Konsequenzen des Skandals.¹²

¹² Chappelet, Jean-Loup, 2008, The International Olympic Committee and the Olympic system: the governance of world sport

3 Olympische Spiele als Franchise-Unternehmen

Um das System der Olympischen Spiele zu verdeutlichen, lässt sich ein guter Vergleich mit einem Franchise-Unternehmen ziehen. Die Aufgabe der Austragungsstädte ist es, das Konzept der Olympischen Spiele mit all ihren Symbolen, Traditionen, Ritualen und Abläufen auf die jeweilige Stadt zu übertragen und dabei eine gewisse Konstanz zu gewährleisten. Im übertragenen Sinn ist der Ablauf ähnlich wie bei einer Fastfood-Kette. Nach festgelegter Rezeptur, im Fall der Spiele ist es die Olympische Charta, wird produziert.

Der Engländer Michael Payne war lange Zeit hauptamtlicher Marketingchef des IOC und hat Anfang der 80er Jahre, nachdem sich die Olympischen Spiele dem Kommerz geöffnet hatten, die Grundsätze der olympischen Vermarktung ausgearbeitet:

“Franchise ist eine sehr gute Beschreibung. Das IOC ist der Franchisegeber – die Organisationskomitees, Austragungsstädte und -länder sind die Franchisenehmer. Das Geschäft der Vertragspartner besteht darin, erfolgreiche Olympische Spiele auszurichten. Ich habe das oft so beschrieben. Wenn man es einem Außenstehenden erklären soll, passt dieses Franchisemodell ziemlich genau.”¹³

Im Vertrag mit dem Olympiaausrichter heißt es, dass der Franchisenehmer grundsätzlich das volle finanzielle Risiko trägt. Das IOC verlangt zum Beispiel folgendes:

- Die Verpflichtung, alle Sicherheits-, medizinischen-, Zoll- und andere regierungsbezogenen Dienstleistungen bereitzustellen, ohne dass dem Organisationskomitee (OCOG) Kosten entstehen.
- Die Verpflichtung, alle den öffentlichen Behörden gehörenden sportlichen und nicht-sportlichen Veranstaltungsorte dem OCOG zur Verfügung zu stellen, entweder kostenlos oder für Mietkosten, die vorher durch das IOC genehmigt werden müssen.

¹³ www.jensweinreich.de/2009/05/07/finanzierung-olympischer-spiele-wir-sind-ein-privilegiertes-volkchen/

- Eine Bürgschaft für die Übernahme eines möglichen wirtschaftlichen Verlustes im OCOG-Etat.
- Die Verpflichtung, die Entwicklung der Infrastruktur zu übernehmen und zu finanzieren.

Wegen finanzieller Probleme wurden erst einmal Olympische Spiele zurückgegeben: In einem Referendum stimmten im November 1972 die Bürger des US-Bundesstaates Colorado gegen eine Finanzierung aus Steuermitteln. Also gab Denver die Winterspiele 1976 zurück, die dann in Innsbruck ausgetragen wurden. Derartige Unfälle können sich heute nicht wiederholen, obgleich die Kosten exorbitant steigen – dafür sorgt das IOC in seinem Regelwerk, das Volksentscheide praktisch ausschließt.

Helmut Digel, Sportwissenschaftler und –funktionär, sowie langjähriger Vizepräsident des Nationalen Olympischen Komitees, zu der Thematik:

“Das IOC ist gut beraten, wenn ein Modell für die olympische Bewegung entwickelt wird, dass auch eine Nation mit 20 Millionen Einwohnern Olympische Spiele ausrichten kann. Wenn man Olympische Spiele nicht auch in der Schweiz oder in Brüssel ausrichten kann, dann ist die olympische Idee für meine Begriffe in Frage gestellt. Ich glaube, genau daran muss man es messen. Dass man mit diesen 10.500 Athleten und dem Medienaufwand, den man mit Olympischen Spielen verbindet, einen Weg sucht, der auch machbar ist unter dem Aspekt kleinerer Verhältnisse. Dann hat die olympische Bewegung eine Zukunft.”

In einer Zeit in der Gigantismus und Kommerzialisierung im Vordergrund stehen ist Digel nahezu alleine mit dieser Ansicht. Selbst IOC-Präsident Rogge ist mit seinem ursprünglichen Plan, die Spiele kleiner und feiner zu machen, gescheitert.¹⁴

¹⁴ www.jensweinreich.de/2009/05/07/finanzierung-olympischer-spiele-wir-sind-ein-privilegiertes-volkchen/

4 Finanzierung der Olympischen Sommerspiele

4.1 Einführung

Mit diesem Kapitel beginnt der Hauptteil meiner Arbeit. Wie anfangs bereits erwähnt, beschreibe ich die Entwicklung der Finanzierung der Olympischen Spiele anhand von vier konkreten Spielen in Betrachtung von drei unterschiedlichen Einnahmequellen. Ich analysiere dabei die Spiele von Athen (1896), Rom (1960), Montreal (1976) und Atlanta (1996) unter folgenden Aspekten: Finanzierung durch staatliche Zuschüsse, Spenden und Lotterien, Finanzierung durch Sponsoren und Finanzierung durch Berichterstattung. Zunächst beschreibe ich die Finanzierung der Olympischen Spiele anhand von allgemeinen Informationen.

Der französische Gründer des IOCs Pierre de Coubertin träumte davon, die Olympischen Spiele der Antike wiederzubeleben. Er sah in dem friedlichen Wettstreit die Möglichkeit Toleranz und Verständigung unter den Nationen zu fördern. Aus dieser Idee hat sich ein globales Sportereignis und Milliardengeschäft entwickelt. So hieß es am 10.02.2010 im FOCUS:

„Das Internationale Olympische Komitee hat aus den Spielen eine Geldmaschine gemacht.“¹⁵

Die Olympischen Spiele verbinden Wettkämpfe und Menschen unterschiedlichster Herkunft. Demnach ist auch das Interesse weltweit sehr hoch. Dies sind Tatsachen die auch schon zu Beginn der Olympischen Spiele der Neuzeit gegeben waren. Jedoch ist durch die technische Entwicklung und die Globalisierung auch das wirtschaftliche Interesse an den Spielen enorm gewachsen. So sind die Olympischen Spiele auch für Sponsoren sehr viel interessanter geworden und viele Unternehmen sind bereit, viel Geld für Werbeflächen, Übertragungsrechte und Kooperationen auszugeben. Jedoch war der Gedanke der Kommerzialisierung nicht immer vom IOC gewünscht.

Das IOC wehrte sich ursprünglich gegen die Finanzierung durch Sponsoren und Fernsehrechte. Erst nach dem Rücktritt des als sehr prinzipientreu geltenden IOC-Präsidenten Avery Brundage im Jahr 1972

¹⁵ www.focus.de/finanzen/news/tid-17160/ioc-geld-und-spiele_aid_478255.html

begann das IOC, das Potenzial des Mediums Fernsehen und den damit verbundenen lukrativen Werbemarkt auszuloten. Unter der Präsidentschaft von Juan Antonio Samaranch passte sich das IOC immer mehr den Bedürfnissen internationaler Sponsoren an, die ihre Produkte mit den olympischen Namen- und Markenzeichen bewerben wollten.

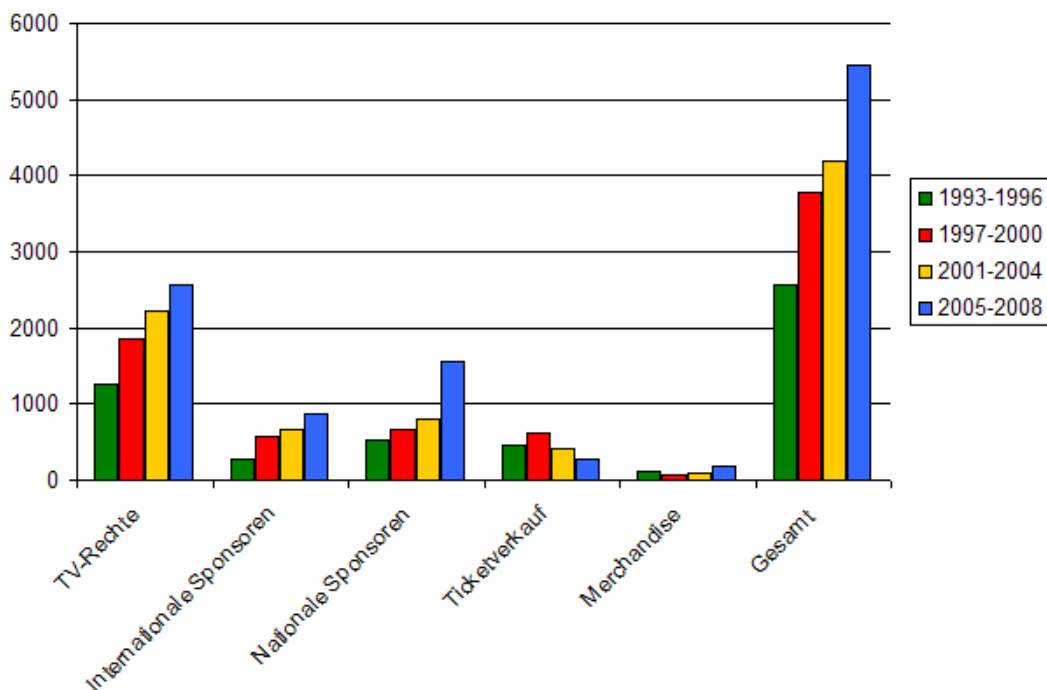
Bei der Finanzierung der Olympischen Spiele wird generell zwischen zwei verschiedenen Budgets unterschieden. Zum Einen gibt es das Organisationsbudget, dieses erfasst alle Kosten der unmittelbaren Organisation von der Eröffnungs- bis zur Schlussfeier. Zum Anderen gibt es den Infrastruktur-Etat. Oft werden viele Sportstätten dem Infrastruktur-Etat zugeschrieben, damit das Ziel erreicht werden kann, dass aus dem Organisationsetat Gewinne ausgeschüttet werden können. Es fallen trotzdem die gleichen Kosten an, jedoch werden sie an anderer Stelle aufgeführt und gebucht. Als ein weiteres Argument für diese Aufteilung wird oft folgendes genannt: Sportstätten wie zum Beispiel Olympiastadien sind keine zwingenden Investitionen, die an die Olympischen Spiele gebunden sind, da diese auch ohne Olympische Spiele gebaut werden würden. Hier gehen die Meinungen jedoch auseinander, letztendlich ist es nur Auslegungssache, sodass Organisatoren die Kosten so verteilen und verbuchen wie es politisch günstiger erscheint. Organisationsetats werden von Olympiabewerbern in der Regel mit 1,8 bis 3 Milliarden Dollar veranschlagt. Die tatsächlichen Olympiakosten betragen ein Vielfaches. Ein Beispiel aus Deutschland: Leipzig, nationaler Bewerber für die Sommerspiele 2012, kalkulierte einst mit dem üblichen Organisations-Etat von rund 2 Milliarden Dollar. Der Infrastruktur-Etat aber, inklusive aller "nicht-olympiabedingten" und "olympiabedingten" Kosten, wurde der Öffentlichkeit verschwiegen: Die Planer im Bundesinnenministerium und in der sächsischer Staatskanzlei hatten Gesamtkosten von 9 bis 13 Milliarden Euro überschlagen.¹⁶

Für jede Olympischen Spiele wird ein eigenes Organisationskomitee gebildet. Dieses besteht aus Vertretern des jeweiligen NOK, des IOC und der Gastgeberstadt. Nach dem Ende der Spiele löst es sich wieder auf. Das Organisationskomitee (OCOG) bekommt auch einen Teil des Geldes, das das IOC von den TOP-Konzernen (TOP = The Olympic Partner, Erklärung siehe 4.3.7) erhält, sowie die Hälfte der TV-Einnahmen. Außerdem stehen

¹⁶ www.jensweinreich.de/2009/05/07/finanzierung-olympischer-spiele-wir-sind-ein-privilegiertes-volkchen/

dem Organisationskomitee der Erlös aus dem Verkauf von Eintrittskarten und dem Lizenzgeschäft zu. Das Geld soll dem OCOG helfen, die Ausrichtung und Organisation der Spiele zu finanzieren. In das Budget fallen zum Beispiel die Kosten für die Anreise und Unterbringung der Athleten, Betreuer und Funktionäre. Das OCOG ist außerdem für die Technik und die Medienvertreter verantwortlich. Seit 1984 hat kein Organisationskomitee einen Verlust gemacht.¹⁷

Abbildung 1: Übersicht der Einnahmen des IOC im Zeitraum 1993-2008 in Millionen US Dollar¹⁸



¹⁷ www.focus.de/finanzen/news/tid-17160/ioc-geld-und-spiele_aid_478255.html

¹⁸ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

4.2 Finanzierung durch staatliche Zuschüsse und Spenden

4.2.1 Einführung

Zu Beginn der Olympischen Spiele der Neuzeit waren die Organisatoren auf Spenden und staatlich Zuschüsse angewiesen. Im Laufe des 20. Jahrhunderts hat sich einiges an der Abhängigkeit und der Bereitschaft auf Seiten der Austragungsstädte verändert. In diesem Kapitel möchte ich deutlich machen, inwiefern sich die Bereitschaft der Regierungen gewandelt hat. Da diese Entwicklung extrem unterschiedlich ist, gibt es besonders zu den Olympischen Spielen von 1996 in Atlanta weniger Inhalt in diesem Kapitel.

4.2.2 Athen 1896

Die Nachricht, dass die Olympischen Spiele nach Griechenland zurückkehren sollten, wurde in der griechischen Öffentlichkeit und in den Medien mit Wohlwollen aufgenommen. Kluge (1997) schreibt, dass das Land jedoch mit finanziellen Problemen zu kämpfen hatte und wegen ständiger Regierungswechsel politisch instabil war, so sah es sich nicht in der Lage, die nötigen Mittel bereitzustellen. Im Dezember 1893 musste das Land den Staatsbankrott anmelden und die Regierung drohte sich dem Vorwurf der Gläubiger auszusetzen, dass „Luxusausgaben“ zugelassen werden. Hätte der damalige Premierminister Charilaos Trikoupis damals die Wahl gehabt, hätte er sich wohl gegen die Ausrichtung der Spiele in Athen entschieden, so zitiert Kluge (1997) ihn mit folgenden Worten, die er im Oktober 1894 an Pierre de Coubertin schrieb:

„Ich hätte es vorgezogen, dass diese ganze Angelegenheit nie ins Werk gesetzt worden wäre.“¹⁹

Trotzdem wurde Ende 1894 unter der Leitung von Pierre de Coubertin das „Komitee für die Olympischen Spiele“ gegründet. Da die Staatskasse leer war, bestand die schwierigste Aufgabe des Komitees darin, finanzielle Mittel zu beschaffen. Es zeigte sich, dass die ursprünglich geschätzten 150.000 Drachmen (ca. 440 Euro) bei Weitem nicht ausreichen würden, um

¹⁹ Kluge, Volker, 1997, Olympische Sommerspiele, Athen 1896-Berlin 1936, S. 19

die Spiele auszurichten. Ein Aufruf an die vermögenden Griechen brachte nicht den erwarteten Erfolg. Die Olympischen Spiele der Neuzeit standen vor dem Aus bevor sie überhaupt begonnen hatten. Die Mitglieder des Organisationskomitees boten ihren Rücktritt an.

Kronprinz Konstantin, der die Idee der Olympischen Spiele stets unterstützt hatte, beschloss die Bildung eines neuen Organisationskomitees mit ihm selbst als Vorsitzenden. Nachdem er begonnen hatte öffentlich für die Spiele zu werben, konnten große Spenden akquiriert werden, einerseits aus Griechenland selbst, andererseits von den bedeutenden griechischen Gemeinschaften in London, Marseille und Istanbul. Auf diese Weise kamen 330 000 Drachmen (ca. 970 Euro) zusammen. Einen guten Vorschlag unterbreitete der Direktor der Athener Post und Präsident des Bundes der Philatelisten Dimitrios Sacoraphos, der dem Kronprinz empfahl, Sonderbriefmarken zugunsten der Olympischen Spiele herauszugeben. Am 15. Juli 1895 beschloss das Parlament, zwölf Sondermarken zu editieren und fünfzig Prozent des Erlöses zur Finanzierung der Spiele zu verwenden. Als Sofortkredit erhielt das Komitee 400 000 Drachmen (ca. 1180 Euro). Auch die königliche Familie Griechenlands förderte dieses Ereignis stark. Angehörige des Königshauses, zum Beispiel der damalige König von Griechenland Georg I., beteiligten sich an den Vorbereitungen. Auf Wunsch des Kronprinzen übernahm der reiche Geschäftsmann Georgios Averoff sämtliche Kosten für den Neubau des Panathinaikon-Stadions (Begriffserklärung). Insgesamt spendete er etwa 920 000 Drachmen (ca. 2710 Euro). Da Averhoff noch eine zweite Summe, eine Million Drachmen (ca. 2940 Euro), zur Verfügung stellte, konnten auch ein Schießhaus, das Velodrom, eine Tennisanlage sowie Tribünen und Bootshäuser in Piräus (Begriffserklärung) errichtet werden. Auch wurden von dem Geld Gaslaternen und neues Straßenpflaster finanziert. Um seine Großzügigkeit zu ehren, wurde eine Statue von Averoff geschaffen und einen Tag vor Beginn der Spiele enthüllt. Diese steht noch heute vor dem Stadion.²⁰

²⁰ Kluge, Volker, 1997, Olympische Sommerspiele, Athen 1896-Berlin 1936, S. 21

4.2.3 Rom 1960

Informationen zu den genauen Gesamteinnahmen und -ausgaben zu den Spielen in Rom liegen mir leider nicht vor. Fest steht, dass die meisten Kosten vom italienischen Staat übernommen wurden, insbesondere die Kosten im Bereich der Infrastruktur. Größte Einzelposition auf der Kostenseite war der Ausbau des Flughafens Fiumicino. Schätzungsweise liegen die Gesamteinnahmen bei 7,2 Millionen US-Dollar, davon machten die Fernsehrechte 394 000 US-Dollar aus. Durch den Ticketverkauf und den Konsum der Besucher vor Ort wurden 4,2 Millionen US-Dollar eingenommen. Des Weiteren wurden Erträge aus Sonderbriefmarken und Sondermünzen erzielt. Die staatlichen Gelder des Fußball-Totos wurden zwei Jahre lang weitgehend in den Bau von Sportstätten für die Olympischen Spiele geleitet.²¹

4.2.4 Montreal 1976

Die Organisation der Olympischen Sommerspiele in Montreal stand von Anfang an unter keinem guten Stern. Die kanadische Regierung wollte keine Steuermittel zum Ausgleich eines eventuellen Finanzdefizits bereitstellen, dies äußerte Kanadas damaliger Premierminister Pierre Trudeau sehr deutlich:

"Ich denke an zehn Dinge, die für Kanada wichtiger sind!"

Die Gelder mussten allein von der Stadt Montreal selbst oder der Provinz Quebec kommen. Kurz nachdem das IOC Montreal als Austragungstadt gewählt hatte, wurde Jean Drapeau zum vierten Mal, mit 90% der Stimmen, als Bürgermeister gewählt. Drapeau war der festen Überzeugung das zu schaffen, was noch keinem anderen Olympia-Ausrichter gelungen war: die Spiele ohne Zugabe von Staatsgeldern zu finanzieren. Er nährte den Wunschtraum mit kräftigen Parolen:

"Unsere Olympiade kann ebenso wenig im Defizit enden, wie ein Mann ein Baby bekommen kann." Kritiker kanzelte er ab: "Auch wenn Sie lachen, es wird

²¹ Kluge, Volker, 1998, Olympische Sommerspiele, London 1948-Tokio 1964, S. 487

*nicht lange dauern, bis wir hier debattieren, was wir mit dem Überschuss anfangen.*²²

Zur Finanzierung der Spiele wurde ein Münzprogramm bestehend aus 28 Silbermünzen zu 5 und 10 kanadischen Dollar, sowie einer Goldmünze zu 100 kanadischen Dollar aufgelegt. Das Münzprogramm brachte jedoch nicht den erhofften Erfolg und statt der geplanten 310 Millionen kanadischen Dollar nahm das Organisationskomitee COJO nur 115 Millionen kanadische Dollar ein. Kluge (2000) zufolge war die Haupteinnahmequelle der Spiele jedoch unerwartet die Olympialotterie. Statt der geplanten 32 Millionen kanadischen Dollar wurden hier 235 Millionen kanadische Dollar eingespielt. Schon bald nach Beginn des Baus der olympischen Sportstätten zeigte sich, dass die ursprünglich veranschlagten Kosten völlig aus dem Ruder liefen. Innerhalb nur weniger Jahre stieg die Inflationsrate in Kanada auf 40% und damit auch die Baukosten von den ursprünglich veranschlagten 250 Millionen Dollar auf 700 Millionen kanadische Dollar. Dies führte unter anderem dazu, dass die Bauarbeiter in Montreal höhere Löhne forderten, was in mehrwöchigen Streiks eskalierte und auch den Baufortschritt an den olympischen Sportstätten massiv beeinflusste.²³

Als die rechtzeitige Fertigstellung in Frage stand, mussten die Arbeiter von einem Gericht zur Arbeit gezwungen werden. Um überhaupt fertig zu werden und die Kosten etwas zu reduzieren, verzichtete man auf die Fertigstellung eines Turmes am Olympiastadion, von dem sich bei Regen, Kälte und Schnee ein Schirmdach über das Stadion breiten sollte, sowie auf den Bau des Pressezentrums. Zudem schlug das Organisationskomitee vor, die Schwimmwettbewerbe aus dem Programm zu nehmen und erst im Herbst auszutragen, was vom IOC aber abgelehnt wurde. Zwischenzeitlich gab es Spekulationen, das IOC könnte Montreal die Ausrichtung der Spiele entziehen und stattdessen erneut nach München vergeben. Auch das Ruhrgebiet brachte sich Anfang 1975 als Ersatzausrichter ins Spiel. Allen diesen Ansinnen erteilte das IOC jedoch eine Absage.²⁴

Trotzdem dauerte es 30 Jahre bis die Schulden abbezahlt waren. Das Wirtschaftswachstum in der Stadt ging zurück und die Armut und

²² www.spiegel.de/spiegel/print/d-42648983.html

²³ Kluge, Volker, 2000, Olympische Sommerspiele, Mexiko-Stadt 1968-Los Angeles 1984, S. 448

²⁴ www.spiegel.de/spiegel/print/d-42648983.html

Stagnation vom Montreal sind ein Spiegel der finanziellen Katastrophe von 1976. Das Defizit war längst nicht mehr Sache Montreals allein, auch nicht Sache der Regierung von Quebec obschon diese dem Bürgermeister von Montreal alle Verantwortung, auch die für die Schulden, aus der Hand genommen hatte. Trotz der Verweigerung finanzieller Olympiahilfe durch die Zentral-Regierung in Ottawa zahlte im Grunde genommen ganz Kanada für die Defizite. Die unbeteiligten Provinzen wurden automatisch über die so genannten „Equalizer Payments“, vergleichbar dem bundesdeutschen Finanzausgleich zwischen reicheren und ärmeren Bundesländern, zur Kasse gebeten. Nachdem zum letzten Mal 1966, ausgehandelten Verteilerschlüssel erhielt Quebec von Ottawa etwa 50 Prozent dieses Ausgleichsfonds, in diesem Jahr fast eine Milliarde Dollar. Die Bundesregierung subventionierte die Spiele mit 142 Millionen Dollar, Quebec, Ontario und Montreal steuerten zusammen mehr als 30 Millionen Dollar bei. Zum zweiten Mal nach der Weltausstellung 1968, so klagten die wohlhabenden und solide wirtschaftenden Prärie-Provinzen und British Columbia im Westen Kanadas, wird den Quebecern über die „Equalizer Payments“ die Finanzierung von Prestige-Objekten erleichtert. Der ehemalige Premierminister von British Columbia, David Barrett, ging noch weiter, er sagte: "Ottawa sollte nicht einen Cent für diesen Saustall ausgeben." Keine andere Ausrichterstadt litt derart lange unter den finanziellen Belastungen durch die Olympischen Spiele wie Montreal. Allein die Baukosten des Olympiageländes, dem Parc Olympique, beliefen sich auf ca. 1,2 Milliarden Kanadische Dollar.²⁵

In der Literatur Frenzen (1988) und ISL Marketing (1988) wird von sehr hohen finanziellen Verlusten, von knapp unter 300 Millionen bis 990 Millionen US-Dollar, gesprochen.^{26 27}

Kidd (1996) berichtet, dass bis heute die Tabakkonsumenten eine spezielle Abgabe für die olympischen Verpflichtungen der Stadt und des Bezirkes zahlen müssen. Die Zigarettenpreise stiegen pro Packung um 20 Cent.²⁸

²⁵ Kluge, Volker, 2000, Olympische Sommerspiele, Mexiko-Stadt 1968-Los Angeles 1984, S. 449

²⁶ Frenzen, Karl-Heinz, 1988, Olympische Spiele, S.132

²⁷ ISL Marketing, 1988, TOP-World Wide Sponsorship of the Olympic Movement

²⁸ Kidd, Bruce, 1996, Montreal 1976 – Die 21ten Olympischen Spiele

4.2.5 Atlanta 1996

Die amerikanische "Coca-Cola-Stadt" musste lange bangen, ehe sie sich im fünften Wahlgang gegen Athen durchgesetzt hatte. Vorher waren in dieser Reihenfolge Belgrad, Manchester, Melbourne und Toronto ausgeschieden. Viele Experten hatten gerade wegen des Jubiläumsjahres mit Athen gerechnet.

Atlantas Bewerbung um die Olympischen Sommerspielen 1996 ging auf den Rechtsanwalt William Porter Paine zurück, der am 8. Februar 1987 die Georgia Amateur Athletic Foundation (GAAF) gründete. Die Organisatoren in Atlanta legten Anfang 1995 einen Finanzplan vor, der Einnahmen von 1,58 Milliarden Dollar und Ausgaben von 1,52 Milliarden Dollar vorsieht. Paines Vorhaben wurde zwar vom Bürgermeister Atlantas, Andrew Young, gebilligt, dieser schloss jedoch eine finanzielle Unterstützung der Spiele durch die Stadt aus. Auf jegliche öffentliche Gelder konnte das Organisationskomitee (ACOG = Atlanta Committee of Olympic Games) nicht zählen, da Steuergelder für Olympia in den USA, im Bundesstaat Georgia und in Atlanta tabu sind.

Somit war es sicher, dass bei der Vergabe an Atlanta die Olympischen Spiele wie zuvor erstmals in Los Angeles 1984 privat ausgerichtet werden mussten. Gemeinsam mit seinen neun engsten Bekannten, viele von ihnen waren lokale Geschäftsleute, verfolgte Paine den Plan die Stadt Atlanta zu einer weltweit bekannten und bedeutsamen Sportstadt zu machen. Unter seiner Leitung erlangten sie als „Atlanta Nine“ weltweite Bekanntheit.²⁹

²⁹ Kluge, Volker, 2000, Olympische Sommerspiele, Mexiko-Stadt 1968-Los Angeles 1984, S. 682

4.3 Finanzierung durch Sponsoren

4.3.1 Einführung

In diesem Kapitel wird die Rolle von Sponsoren bei der Finanzierung von Olympischen Sommerspielen näher beleuchtet. Neben der Entwicklung zwischen den einzelnen Olympia-Jahren wird das Sponsoring-Geschäft anhand von zwei Unternehmen verdeutlicht. Es soll damit klar werden, aus welcher Intention heraus Firmen eine Kooperation mit der Olympischen Bewegung eingehen und was sie sich durch dieses Engagement erhoffen. Die Unternehmen Coca Cola und IBM wurden für diese Arbeit ausgewählt. Coca Cola, weil es ein internationales Unternehmen ist, dessen Zusammenarbeit mit dem IOC eine lange Tradition besitzt. Demgegenüber steht der Computer und Softwareerzeuger IBM, der nach den Spielen in Sydney 2000 seine wirtschaftliche Beziehung zu den Olympischen Spielen beendet hat.

Das IOC unterscheidet zwei Arten von Sponsoren: Die eine Gruppe bilden Konzerne, die Teil des so genannten TOP-Programms sind (TOP steht für The Olympic Partners, nähere Beschreibung siehe Kapitel 4.3.7). Erst 1985 schuf das IOC diese Kategorie, um sich unabhängiger vom Verkauf der TV-Vermarktungsrechte zu machen. Die Höchstzahl der Unternehmen ist auf zwölf beschränkt. Die Laufzeit umfasst einen Olympiazzyklus aus Sommer- und Winterspielen. Jeder der Konzerne erhält die weltweiten Marketing-Rechte für eine spezifische Produktkategorie. Acer (Begriffserklärung) zum Beispiel besitzt momentan die Exklusivrechte für Computerausrüstungen.

Die zweite Gruppe an Sponsoren erhält für ihr Geld nur die Werbeerlaubnis im Gastgeberland. Doch auch dafür sind die Firmen bereit, viel zu zahlen – vor allem wenn die Spiele in einem wachsenden Markt wie China stattfinden. Knapp 1,2 Milliarden Dollar überwiesen die Unternehmen 2008 für die Werberechte – viermal so viel wie für die Spiele 2004 in Athen. Diese Einnahmen fließen allerdings nicht an das IOC, sondern an das jeweilige Organisationskomitee der Spiele (OCOG).

Exkurs

Unternehmen wie Coca Cola oder IBM zahlen nicht nur bei Olympischen Spielen sehr viel Geld. Auch bei anderen (Sport-)

Großveranstaltungen wollen sie sich ihren Kunden als „Offizieller Sponsor“ präsentieren können. Wenner (1998) berichtet, dass auch die Preise in der Werbung enorm angestiegen sind. So haben Visa, Pepsi und Coca Cola 500.000 bis eine Million Dollar ausgegeben, um spezielle Werbung für den „Super Bowl“ auszustrahlen.³⁰

4.3.2 Athen 1896

Bei den ersten Olympischen Spielen der Neuzeit in Athen 1896 kann man noch nicht vom Sponsoring im heutigen Ausmaß bzw. Sinne sprechen. Jedoch gab es schon damals den Gedanken, dass es Gegengeschäfte zwischen Organisatoren und Unternehmen geben könnte.

Laut Informationen auf der offiziellen IOC-Homepage³¹ konnten sich Firmen Einnahmen durch Werbung im Souvenirprogramm verschaffen. Einer der Werbeträger in diesem Programm war die Firma „Kodak“, die bis heute ihre Unterstützung im „TOP-Partner-Programm“ (Erklärungen dazu: Kapitel 4.3.7.) fortführt. Die restlichen Kosten wurden mit den Einnahmen aus einer Lotterie und dem Erlös aus dem Verkauf der ersten Sportbriefmarken gedeckt. (siehe Kapitel 3.2.1.)

Früher waren es oft Einzelpersonen die Vereine und Veranstaltungen finanziell unterstützten. Deren damalige Intention beschreibt Grupe (1999) in seinem Buch mit folgender Definition:

„Ein Mäzen fördert in der Regel selbstlos und normalerweise ohne administrativen Eingriff in das Sportgeschehen.“ Grupe weiter: „ohne Mäzene wäre die Entwicklung des Sports in seinen vielen Bereichen erschwert und in Einzelfällen wohl überhaupt unmöglich gewesen“. (S.164)³²

Im Laufe der Zeit wurde der Mäzen vom Sponsor verdrängt. Fast jeder Sportverein hat einen oder mehrere Sponsoren, die den Verein finanziell oder materiell unterstützen. Im Gegensatz zum Mäzen erwartet der Sponsor für seine Aufwendungen eine angemessene Gegenleistung, z.B.: Bandenwerbung, Trikotwerbung, Vermarktung einzelner Sportler in TV-Spots, Name des Sponsors als Vereinsname. Anhand dieser Beispiele

³⁰ Wenner, A. Lawrence, 1998, Playing the MediaSport Game

³¹ www.olympic.org Aufruf am 02.07.2011

³² Ommo Grupe (Hrsg.), 1999, Einblicke: Aspekte olympischer Sportentwicklung

merkt man, dass vor allem in großen Vereinen und bei Spitzensportlern der heutige „Förderer“ sehr betriebswirtschaftlich denkt und handelt.

4.3.3 Rom 1960

Das IOC wehrte sich ursprünglich gegen die Finanzierung durch Sponsoren. In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts verfügte das IOC nur über ein kleines Budget. Avery Brundage lehnte jegliche Versuche ab, die Olympischen Spiele mit kommerziellen Interessen zu verbinden. Er war davon überzeugt, die Interessen der Unternehmen würden unannehmbare Auswirkungen auf die Entscheidungen des IOC haben. Brundages Ablehnung dieser Einnahmequelle bedeutete, dass die Organisationskomitees einzelner Spiele selbst Sponsorenverträge aushandelten.

Ein Sponsoring-Programm mit 46 Firmen versorgte die Spiele mit der notwendigen technischen Unterstützung und einige Unternehmen verkauften Parfüm, Schokolade, Zahnpaste, Seifen und Stadtkarten mit den olympischen Plätzen an die Zuschauer vor Ort. Liest man das Buch von K.H. Frenzen (1988), glaubt man, die Antwort auf die Frage gefunden zu haben, welcher Zeitpunkt und welches Ereignis maßgeblich zur Kommerzialisierung der olympischen Bewegung beigetragen haben. In seinen Erläuterungen zu Rom 1960 schreibt er:

*„Mit Rom begann auch das Problem das bald als Gigantismus der Spiele bezeichnet wurde“.*³³

Zwar beteiligten sich 1960 schon viele internationale Firmen an den Spielen und Gegengeschäfte gingen von statten, trotzdem dauerte es noch einige Jahre bis ein Sponsoring-Programm, wie wir es heute kennen, ausgereift war.

Erst nach dem Avery Brundage 1972 zurück getreten war, begann das IOC, das Potenzial des Mediums Fernsehen und den damit verbundenen lukrativen Werbemarkt auszuloten. Unter der Präsidentschaft von Juan Antonio Samaranch passte sich das IOC immer mehr den Bedürfnissen internationaler Sponsoren an, die ihre Produkte mit den olympischen Namen- und Markenzeichen bewerben wollten. Bei dessen Amtsantritt

³³ Frenzen, Karl-Heinz, 1988, Olympische Spiele, S. 62 und 120-123

hatte das IOC ein Vermögen von 2 Millionen USD. Acht Jahre später war diese Zahl auf 45 Millionen USD angewachsen, da das IOC gegenüber Sponsoring und dem Verkauf der Übertragungsrechte mittlerweile eine weitaus liberalere Haltung einnahm.³⁴

4.3.4 Montreal 1976

Bei den Olympischen Spielen in Montreal waren laut Informationen der offiziellen Internetseite des IOC 628 teilnehmende Sponsoren beteiligt. Daraufhin wurde das Sponsorprogramm unterteilt in „Offizieller Sponsor“, „Offizieller Unterstützer“ und „Offizieller Förderer“. Dieses Programm hat aber nur ca. 7 Millionen US Dollar eingebracht.³⁵

Aus den Spielen in Montreal wurde ersichtlich, dass sich in der Finanzierungspolitik der Olympischen Spiele etwas ändern musste. Die Erwartungen der Zuschauer sowohl vor Ort als auch vor den Bildschirmen sollten erfüllt werden. Damit ist aber auch klar geworden, dass die finanziellen Mittel nicht mehr nur aus dem Verkauf der Fernsehrechte und aus Steuergeldern zu bestreiten sein würden.

Auch für Kidd (1996) waren die Ereignisse von Montreal ein wichtiger Baustein in der Entwicklung zur Kommerzialisierung der Olympischen Spiele. Dazu schreibt er in seinem Aufsatz zu den Spielen 1976:

„Ironically, as the cost and complexity of staging the Olympics continue to rise, the necessity for a democratic discussion and decision on whether and how to stage Games might well be Montreal’s most important legacy” (S. 159)³⁶

4.3.5 Atlanta 1996

Die Olympischen Spiele von Atlanta sind der bisherige Höhepunkt in der bedingungslosen Vermarktung der olympischen Embleme. Die Spiele wurden sehr stark für ihre Kommerzialisierung kritisiert. Einer der Gründe war, dass Sponsoren einen so hohen Stellenwert ein wie bei keinen Spielen davor einnahmen. Es waren die großen Festspiele von Coca-Cola, dem ortsansässigen Getränkehersteller. Zwar durfte kein Werbeslogan ohne die Zustimmung des IOC verbreitet werden, doch für 40 Millionen US-Dollar

³⁴ Slack, Trevor, 2004, The Commercialisation of sport

³⁵ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

³⁶ Kidd, Bruce, 1996, Montreal 1976 – Die 21ten Olympischen Spiele

hatten ausgewählte Unternehmen das Recht die Olympischen Ringe für ihre Vorhaben zu nutzen. Dadurch behielt das IOC die Kontrolle über die Vermarktung.³⁷

In dem TOP-Programm (Erklärung siehe Kapitel 4.3.7) waren im Zeitraum 1993-1996 folgende Unternehmen als Sponsoren vertreten: Coca Cola, Kodak, Time/Sports Illustrated, VISA, Xerox, US Postal Service, IBM, John Hancock, Panasonic und Bausch&Lomb. Jedes dieser Unternehmen hatte die exklusiven Vermarktungsrechte in einer bestimmten Produktkategorie und durfte sich „Offizieller Partner der Olympischen Spiele“ nennen. Sodass Coca-Cola offizieller Partner der Olympischen Spiele in der Kategorie „nicht-alkoholische Getränke“ war. Panasonic hingegen war offizieller Ausrüster und Sponsor in der Kategorie „Audi-/Video-/TV-Ausstattung“. Die Gesamteinnahmen durch die Verträge mit den zehn oben genannten Sponsoren beliefen sich auf 279 Millionen US Dollar.

Zusätzlich zu den TOP-Unternehmen unterstützen weitere 111 Partner die Olympischen Spiele. Diesen war es jedoch lediglich erlaubt im Gastgeberland, in diesem Fall in den USA, zu werben. Sie unterstützen die teilnehmenden Athleten des Gastgeberlandes und das Organisationskomitee bei der Planung und Durchführung der Spiele. Diese Form des Sponsorings wird im weiteren Verlauf dieser Arbeit als „Inlandssponsoring“ (Erläuterung siehe Kapitel 4.3.8) bezeichnet.³⁸

4.3.6 Sponsoringbeispiel

Die Computerfirma IBM steht mit ihrer Sponsoringstrategie die Olympischen Spiele betreffend im Widerspruch zu Coca Cola. Im Gegensatz zu Coca-Cola bei denen es heißt, dass sie in nächster Zukunft nicht aus dem Sponsorenprogramm aussteigen möchte, hat sich IBM nach jahrelanger Partnerschaft mit dem IOC aus dessen TOP-Programm (siehe Kapitel 4.3.7.) verabschiedet.³⁹

Mit folgenden Informationen aus einer Diplomarbeit (Axel Bammer, 2003), in welcher ein Interview mit Klaus Schneider von IBM Deutschland veröffentlicht wurde, soll veranschaulicht werden, dass es auch große,

³⁷ Jordan, B, Lenz, A. (Hrsg.), 1996, Die Olympischen Spiele, S. 224-228

³⁸ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

³⁹ Bammer, Axel, 2003, Aspekte von Kommerzialisierung und Vermarktung der Olympischen Spiele in historischen Perspektiven, S.78

weltumspannende Firmen gibt, die sich eine Zusammenarbeit mit dem IOC aus diversen Gründen nicht mehr vorstellen können. IBM ist zum ersten Mal als Sponsor der olympischen Bewegung im Jahr 1960 bei den Spielen in Rom aufgetreten und gehörte auch jahrelang zum TOP-Programm der IOC-Marketingabteilung.

Der wichtigste Grund, wieso IBM die Olympischen Spiele unterstützt hat, ist laut Schneider die Tatsache, dass diese die computerintensivste Veranstaltung weltweit ist. Sportergebnisse müssen gespeichert, kontrolliert, ausgedruckt und als Computerdaten verschickt werden. Dazu kommen noch Presse-Informationen, Akkreditierungen und die Dokumentation, die allesamt ohne Computerverarbeitung nicht mehr vorstellbar wären. Bei einer Dimension wie den Olympischen Spielen ist ein kompetenter Partner am Computersektor wichtig. Bei Olympischen Spielen, wie auch bei anderen Veranstaltungen, die von IBM unterstützt wurden und noch immer werden, schreibt die IBM-Konzeption die Integration der eigenen Produkte zwingend vor. Nur so ist laut Schneider ein glaubwürdiges und nützliches Engagement realisierbar.

Die finanziellen und materiellen Leistungen, die IBM in diesem Sponsorpaket erbracht hat, waren zum Einen die Sponsorgelder im TOP-Programm und zum Anderen die Realisierungskosten plus Material beziehungsweise Produkte im Hardware, als auch der gesamte Softwarebereich. Die genauen Beträge der Sponsorgelder sind nicht bekannt. Bammer schreibt, dass es jedoch mindestens ein zweistelliger Millionen Dollar Betrag war. Wie auch bei Coca Cola konnte bei IBM eine Steigerung des Bekanntheitsgrades durch die Zusammenarbeit mit dem IOC nicht nachgewiesen werden. IBM hat weltweit eine hohe Gesamt-Bekanntheit, die nach oben kaum noch Spielraum lässt. Schneider meint, dass es beim Sport-Sponsoring keine Steigerung gegeben hat. Auch eine Steigerung der Verkaufszahlen von IBM-Produkten ist direkt nicht nachweisbar.

Die wichtigste Frage in diesem Interview war, wieso sich IBM schließlich entschieden hat, aus dem IOC-Sponsorenprogramm auszusteigen. Bammers Informationen zu Folge beantwortete Schneider die Frage nach dem Grund für den Ausstieg aus dem Sponsorenprogramm damit, dass das Verhältnis zwischen Aufwand und Risiko nicht mehr stimmte. Die Medien, allen voran die Presse, haben in der Vergangenheit

anscheinend darüber berichtet, dass Unstimmigkeiten bei Olympischen Spielen oft auf den Einsatz der Computer zurückzuführen sind.

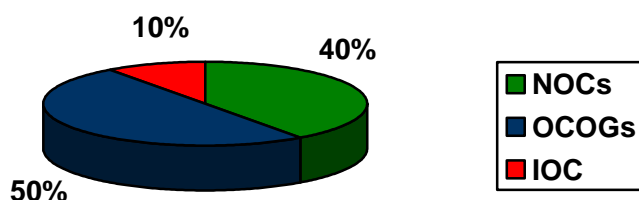
Durch diese Negativpresse war das Risiko potentielle Kunden zu verlieren für IBM zu groß. Ein weiterer Punkt, der für den Ausstieg aus dem Sponsorenprogramm stand, war, dass das IOC-Konzept nicht mehr dem IBM Preis-Leistungsverhältnis entsprochen hat. Das Angebot des IOC war schlichtweg überteuert. Die Frage, ob es Überlegungen innerhalb der IBM-Gruppe gibt, mittelfristig bis langfristig wieder in das TOP-Programm einzusteigen, wurde von Schneider mit einem klaren „Nein“ beantwortet.⁴⁰

4.3.7 TOP-Programm

Die Finanzierung der Olympischen Spiele und der Olympischen Bewegung ist eine immer wiederkehrende Herausforderung. Heute fällt es schwer, sich vorzustellen, wie unsicher das Überleben der Olympischen Spiele noch im Jahr 1980 war. Damals konnten sich nur wenige Länder die Durchführung der Spiele leisten. Viele NOKs hatten finanzielle Schwierigkeiten, die Olympiamannschaften zu unterstützen. 1983 wurde das „TOP-Programm“ (TOP = The Olympic Partner) vom IOC und der ISL (Begriffserklärung) geschaffen und vor den Spielen von Seoul 1988 zum ersten Mal verwirklicht. Dieses Programm sieht vor, dass in bestimmten Produktparten jeweils ein Unternehmen die Rechte an den Olympischen Symbolen vom IOC erwerben kann. TOP-Partner-Unternehmen sind internationale Firmen, die imstande sind, direkte Unterstützung zu leisten, als Sponsor aufzutreten oder Fachwissen für die Organisation der Spiele zur Verfügung zu stellen. Diese Partner unterstützen auch die Nationalen Olympischen Komitees.⁴¹

⁴⁰ Bammer, Axel, 2003, Aspekte von Kommerzialisierung und Vermarktung der Olympischen Spiele in historischen Perspektiven, S. 78

⁴¹ Skip Rozin, 1996, Empowering the Olympic movement, S. 10.

Abbildung 2: Verteilung der Einnahmen durch das TOP Programm in Prozent⁴²

Etwa 40% der Einnahmen aus diesem Programm werden den NOCs und den Olympiamannschaften, 50% den Organisationskomitees zur Organisation Olympischer Spiele zur Verfügung gestellt. Die Anzahl der Sponsoren wurde mit der Zeit stark reduziert. Statt der unzähligen Geldgeber (in Montreal 1976 waren es 306, in Moskau 1980 sogar 7597 Sponsoren) beruhte das Konzept des TOP-Programms darauf, die Rechte an den Spielen nur wenigen, dafür finanziell umso potenteren, Unternehmen zu verkaufen.⁴³

Das erste Vermarktungsprogramm für den Zeitraum von 1985 bis 1988 hieß TOP 1 und erbrachte einen Gewinn von 95 Millionen US-Dollar.⁴⁴

Laut IOC steigerte sich der Umfang des Marketing-Programms „The Olympic Partners“ von 95 Millionen US-Dollar für Calgary und Seoul 1988 auf 500 Millionen US-Dollar für die Spiele in Nagano 1998 und Sydney 2000. Diese Unternehmen erhielten das Recht mit den olympischen Ringen auf ihren Produkten zu werben und sich „Offizieller Ausrüster der x-ten Spiele“ zu nennen. Trotz der hohen geforderten Gelder war das erste TOP-Programm sehr schnell ausverkauft.⁴⁵

⁴² www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

⁴³ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

⁴⁴ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

⁴⁵ Gruppe, Paulheinz, 1992, Horst Dassler – Revolution im Weltsport, S. 118

Abbildung 3: Entwicklung der Anzahl der teilnehmenden Sponsoren⁴⁶

	Anzahl der Sponsoren	Anzahl der Länder/ Nationale Komitees	Einnahmen durch TOP-Sponsoren (US Dollar)
TOP 1 Calgary-Seoul 1985-1988	9	159	95 Millionen
TOP 2 Albertville-Barcelona 1989-1992	12	169	175 Millionen
TOP 3 Lillehammer- Atlanta 1993-1996	10	197	279 Millionen
TOP 4 Nagano-Sydney 1997-2000	11	199	579 Millionen
TOP 5 Salt Lake City- Athen 2001-2004	10	202	603 Millionen
TOP 6 Torino-Beijing 2005-2008	11	205	866 Millionen
TOP 7 Vancouver-London 2009-2012	11	205	Zahlen erscheinen 2012

Die Wirkung des Programms wird auf seinen ganz besonderen Zuschnitt zurückgeführt. Es stützt eine begrenzte Anzahl von global tätigen Unternehmen mit weltweit exklusiven Vermarktungsrechten für die Olympischen Spiele, die Nationalen Olympischen Komitees und die Unterstützung der Sportler aus. Ungefähr die Hälfte der Unterstützung der TOP-Partner für die Olympische Bewegung besteht aus materiellen Zuwendungen, Service- und Dienstleistungen, Technologie und Personal. Darüber hinaus sichern Verträge über eine Laufzeit von mindestens vier Jahren die Unterstützung der Organisationskomitees Olympischer Spiele schon weit im Vorfeld der Veranstaltung ab. Ein wichtiger Bestandteil des TOP-Programms war in den letzten zwanzig Jahren die exklusive Vermarktung. Diese garantiert jedem TOP-Partner Wettbewerbsfreiheit im Olympischen Bereich. Um dies zu gewährleisten hat das IOC in den vergangenen zwei Jahrzehnten neue und innovative Mittel zum Schutz von Rechten der Olympiasponsoren entworfen. Mit den Jahren wurde dies immer wirkungsvoller.⁴⁷

⁴⁶ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

⁴⁷ Zeitschrift Olympic Review, Juni 2005

Abbildung 4: Unternehmen im TOP-Programm (1985-2012)⁴⁸

TOP 1 Calgary- Seoul 1985-1988	TOP 2 Albertville- Barcelona 1989-1992	TOP 3 Lillehammer- Atlanta 1993-1996	TOP 4 Nagano- Sydney 1997-2000	TOP 5 Salt Lake City- Athen 2001-2004	TOP 6 Torino- Beijing 2005-2008	TOP 7 Vancouver- London 2009-2012
Coca Cola	Coca Cola	Coca Cola	Coca Cola	Coca Cola	Coca Cola	Coca Cola
Kodak	Kodak	Kodak	Kodak	Kodak	Kodak	Acer
Time/Sports Illustrated	Time/Sports Illustrated	Time/Sports Illustrated	Time/Sports Illustrated	Time/Sports Illustrated	Atos Origin	Atos Origin
VISA	VISA	VISA	VISA	VISA	VISA	VISA
Brother Industries	Brother Industries	Xerox	Xerox	Xerox	Manulife	Dow
Philips	Philips	US Postal Service	US Postal Service	Samsung	Samsung	Samsung
3M	3M	IBM	IBM	Sema	GE	GE
Federal Express	US Postal Service	John Hancock	John Hancock	John Hancock	Omega	Omega
Panasonic	Panasonic	Panasonic	Panasonic	Panasonic	Panasonic	Panasonic
	Bausch&Lomb	Bausch&Lomb	Mc Donald's	Mc Donald's	Mc Donald's	Mc Donald's
	Ricoh		Samsung		Lenovo	P&G
	Mars					

Der Markenschutz erhöht den Wert des Sponsorships, vergrößert den Erfolg des Programms und verbessert die Partnerschaft zwischen den TOP-Sponsoren und der Olympischen Bewegung.

Die TOP-Partner sind ein fester Bestandteil der Olympischen Bewegung. Viele sind schon seit dem Start des Programms dabei und manche unterstützten die Olympische Bewegung schon Jahrzehnte zuvor. Viele haben eine jahrelange Erfahrung dabei, die Olympischen Spiele nahtlos mit ihren Produkten, Dienstleistungen oder ihrer Technologie zu verbinden. Alle haben über Jahre hinweg entscheidende Beiträge zur Unterstützung von Olympiamannschaften und aktiven Sportlern geleistet.

Charakteristisch für das TOP-Programm ist auch, dass die Partner nicht allein mit einem Event verbunden sind, sondern mit einer globalen Bewegung, die eine antike Tradition hat und die Umsetzung universeller

⁴⁸ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

Ideale anstrebt. Eine darauf beruhende Partnerschaft bemisst ihren Wert auch an der Zeit zwischen den Olympischen Spielen.⁴⁹

Kodak ist eines der Unternehmen, die von Anfang an als Unterstützungspartner der Olympischen Spiele aktiv waren. Bei den Spielen in Peking 2008 waren sie das letzte Mal dabei. Man könnte annehmen, dass das Unternehmen besorgt um ihren guten Ruf ist. Dieser könnte durch Unruhen im umstrittenen Austragungsland China geschädigt werden. Dies war laut Kodak-Chef Antonio Perez jedoch nicht der Grund für den Ausstieg von dem Weltunternehmen Kodak. Er begründet denn Ausstieg folgendermaßen:

„Natürlich achten wir sehr auf das Umfeld, in dem unsere Marke erscheint. Aber eine Reaktion auf die jüngsten Geschehnisse in China ist der Rückzug nicht. Die Entscheidung fiel schon vor den Spielen in Peking. In der Vergangenheit hat uns die Sponsorenrolle Exklusivrechte für den Fotofilm-Verkauf während der Spiele garantiert. Mit dem Niedergang des analogen Filmgeschäfts rechnet sich das Engagement nun nicht mehr und deshalb geben wir es aus.“⁵⁰

Ziele des TOP-Programms sind unter anderem:

- Zu gewährleisten, dass die Olympischen Spielen mit Kontinuität und Stabilität weltweit beworben werden können.
- Den Olympischen Komitees neben den hohen Einnahmen durch Fernsehübertragungen eine weitere sichere Finanzierungsquelle zu gewährleisten
- Ein wirtschaftliches Netz aufzubauen, sodass es nicht notwendig ist, bei jeden Olympischen Spielen erneut Sponsoren zu akquirieren.⁵¹

4.3.8 Inlandssponsoring

Das Inlandssponsoring wird unter Leitung des IOC vom OCOG in dem jeweiligen Gastgeberland durchgeführt. Die Partnerunternehmen die im Inlandssponsoring vertreten sind, unterstützen das Nationale Olympische Komitee des Gastgeberlandes sowohl bei der Planung und Durchführung

⁴⁹ Zeitschrift Olympic Review, Juni 2005

⁵⁰ www.wiwo.de/unternehmen-maerkte/unser-kurs-ist-laecherlich-niedrig-306017/

⁵¹ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

der Olympischen Spiele als auch die teilnehmenden Athleten des Gastgeberlandes. Im Gegensatz zu den TOP-Unternehmen erhalten die Unternehmen im Inlandssponsoring lediglich die Werberechte in dem jeweiligen Austragungsland und nicht weltweit. Die teilnehmenden Unternehmen haben jeweils ein individuell zusammengestelltes Sponsoringpaket, abhängig von Art und Umfang des Sponsorings. Die teilnehmenden Unternehmen sind in drei Gruppen unterteilt: Sponsoren, Unterstützer und Förderer. In der nachstehenden Tabelle sind alle Partnerunternehmen berücksichtigt.

Abbildung 5: Entwicklung des Inlandssponsorings von 1996-2008⁵²

Jahr und Austragungsort	Anzahl der Partner	Einnahmen in Millionen
1996 Atlanta	111	426 US Dollar
2000 Sydney	93	492 US Dollar
2004 Athen	38	302 US Dollar
2008 Peking	51	1,218 US Dollar

⁵² www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

4.4 Finanzierung durch Berichterstattung/Medien

4.4.1 Allgemein

In diesem Kapitel wird die Entwicklung der Berichterstattung als Einnahmequelle der Olympischen Spiele genauer betrachtet. Durch den Verkauf der Fernsehrechte sind im Gegensatz zu der Print-Berichterstattung sehr hohe Summen auf der Einnahmeseite des IOC zu verbuchen. Jedoch gab es bei den ersten Olympischen Spielen der Neuzeit in Athen 1896 noch keine Bewegbildaufnahmen, sodass sich in dem entsprechenden Kapitel die Berichterstattung in Form von Printmedien beleuchten werde. Die Sportberichterstattung in den Medien und insbesondere im Fernsehen hat sehr zum Voranschreiten der Kommerzialisierung der Olympischen Spiele beigetragen.

Um es anschaulich darzustellen, lässt sich die Berichterstattung mit einem Produkt vergleichen, welches es im Handel zu kaufen gibt. Je mehr Personen von diesem Produkt erfahren, desto größer ist die Chance, dass die Absatzmenge steigt. Bausinger (1997) sagt es ganz deutlich:

„Das Publikum vor Ort addiert sich auf wenige Millionen. Weltweit aber geht die Zahl der Zuseher in die Milliardenhöhe. Insofern sind die Spiele tatsächlich in erster Linie ein Medienereignis.“⁵³

Laut Olympischer Charta ist das IOC im Besitz der Olympischen Spiele. Es kann selbst bestimmen, an wen es die Rechte zur kommerziellen Verwertung der Olympischen Spiele und Symbole vergibt. Bei diesen Verwertungsrechten handelt es sich um zwei Kategorien. In der ersten Kategorie können die olympischen Symbole, wie die fünf Ringe, von Unternehmen zur Vermarktung ihrer Produkte erworben werden. Das IOC entscheidet alleine über die Vergabe dieser Rechte, behält jedoch nur einen kleinen Teil der so erwirtschafteten Mittel. Die zweite Kategorie beinhaltet die Fernsehübertragungsrechte. Das IOC teilt diese Gewinne nach einem ausgehandelten Schlüssel unter den olympischen Institutionen auf, jedoch entscheidet es auch hier alleine, wer diese Rechte bekommt.⁵⁴

⁵³ Bausinger, Hermann, 1997, Von Athen nach Atlanta. Hundert Jahre Olympische Bewegung, S. 16

⁵⁴ Rittberger, V., Bökle, H., 1997, Das Internationale Olympische Komitee - eine Weltregierung des Sports?

Exkurs

Die ersten Filmdokumente gibt es von den olympischen Wettkämpfen 1904 in St. Louis. Es handelt sich hierbei um Momentaufnahmen. In Stockholm 1912 wurden bereits 3060 Meter Filmmaterial produziert, das damals aber nie öffentlich präsentiert wurde.⁵⁵ Erst bei den Olympischen Spielen von Berlin 1936 feierte Leni Riefenstahl mit ihren beiden Filmen „Olympia – Fest der Völker“ und „Olympia – Fest der Schönheit“ einen großen Erfolg und bekam internationale Anerkennung.⁵⁶ Der große Publikumserfolg brachte bis 1940 Gesamteinnahmen von 7 Millionen Reichsmark. Für die Sichtung, den Schnitt und die Vertonung dieses Sport-Dokumentarfilmes brauchte Riefenstahl damals noch 1½ Jahre.⁵⁷

Neben diesen beiden Olympia-Filmen gab es ebenfalls in Berlin die erste direkte Fernsehübertragung. Ab 1. August 1936 sendete die TV-Station „Paul Nipkow“ täglich 6 Stunden. Die Anzahl der privaten Fernsehgeräte war noch sehr gering. Deswegen wurden im Raum Berlin 25 Fernsehstuben eingerichtet. Besucher, die die Wettkämpfe am Bildschirm mitverfolgen wollten, mussten dafür Eintritt bezahlen. Es wurden über 160.000 begeisterte Zuschauer in diesen Stuben gezählt. In den 50er Jahren erhöhte sich die Anzahl der Fernsehgeräte in den privaten Haushalten sprunghaft.⁵⁸ Dadurch konnten natürlich auch mehr Zuschauer die Olympischen Spiele mit verfolgen.

4.4.2 Athen 1896

Bei den ersten Olympischen Spielen der Neuzeit gab es aufgrund des damaligen technischen Entwicklungsstands keine TV-Berichterstattung. Den Gedanken daran gab es jedoch schon damals. Bereits im Vorfeld wurden sowohl das gesamte Wettkampfprogramm als auch alle Informationen zu der Ankunft der ausländischen Mannschaften und den letzten Vorbereitungen in der griechischen Presse präsentiert. Kurz vor der Eröffnungsfeier berichteten die Journalisten über den geplanten Ablauf der Zeremonie, veröffentlichten die Olympische Hymne und die Präsentation des königlichen Hofes.

⁵⁵ Kluge, Volker, 1997, Olympische Sommerspiele, Athen 1896-Berlin 1936, S. 495

⁵⁶ Wilatschek, Franz, 2000, Entwicklung der Sportberichterstattung in österreichischen Medien unter besonderer Berücksichtigung der Olympischen Sommerspiele, S. 63

⁵⁷ Bernett, Hajo, 1973, Untersuchungen zur Zeitgeschichte des Sports

⁵⁸ Kluge, Volker, 1997, Olympische Sommerspiele, Athen 1896-Berlin 1936, S. 791

In der ausländischen Presse hielt sich das Interesse an dem Sportereignis eher zurück. In Deutschland war die Berichterstattung fast ausschließlich auf die Erfolge der eigenen Teilnehmer beschränkt. Kurz vor den Spielen wurde anhand der deutschen Presse probiert die Sportler von der Teilnahme abzuhalten. Die Olympischen Spiele wurden von der Deutschen Turnerschaft als französisch-griechische Veranstaltung bezeichnet und somit galt die Teilnahme deutscher Sportler als unwürdig. Die 21 aktiven Sportler die trotz alledem nach Athen reisten bekamen einen Verweis. Auch in England und Frankreich gab es kaum Berichterstattung.

Anders sah jedoch das Interesse und auch der technische Fortschritt in den USA aus, hier berichtete die New York Times innerhalb von zwei Monaten gleich in 14 Artikeln über die Olympischen Spiele unter besonderer Berücksichtigung der amerikanischen sportlichen Erfolge. So heißt es am 8. April 1896 in der New York Times:

“One thing is believed to have been established and that is the future of the Olympic Games has been decided, and that they will henceforth take their place among the noted events of the athletic world.”⁵⁹

Aus den publizierten Berichten geht eindeutig hervor, dass Journalisten vor Ort waren. Wie viele es tatsächlich waren ist unklar. So schreibt Verdier (1996) in diesem Zusammenhang: „a dozen journalists – if we are to believe contemporary accounts – reported on the sports competitions“.⁶⁰ Schaut man sich die noch existierenden Artikel an, ist es recht ersichtlich, dass die Rolle und Funktion der Journalisten von Teilnehmern, Zuschauern und Funktionären übernommen wurde. Kurt Doerry, einer der ersten deutschsprachigen Pioniere im Sportjournalismus, wurde während der Spiele von der Berliner Zeitschrift „Sport im Bild“ mit der Berichterstattung beauftragt. Seine Erfahrungen beschreibt er wie folgt:

„Als im Jahre 1896 in Athen die ersten Olympischen Spiele der Neuzeit stattfanden, war der Schreiber dieser Zeilen der einzige deutsche Journalist, der den Spielen beiwohnte (er war nebenbei auch aktiver Teilnehmer)“⁶¹

⁵⁹ spowww.sbg.ac.at/iffb/uploads/media/Dimitriou-Louis-Marathon.pdf

⁶⁰ M. Verdier, „The IOC and the Press“, in: Olympic Review (June-July) 1996

⁶¹ spowww.sbg.ac.at/iffb/uploads/media/Dimitriou_2007-1896_Sportberichterstattung.pdf

Aufgrund der mangelhaften Übertragungstechniken konnten die Aufzeichnungen der ausländischen Journalisten ausschließlich telegraphisch oder durch den Postweg übermittelt werden. Dies machte die ausführlichere, aktuelle Berichterstattung in der ausländischen Presse nahezu unmöglich, sodass während und kurz nach den Spielen lediglich kurze Statements und Ergebnisse als Pressemitteilung übersendet werden konnten. Doerry äußerte sich dazu folgendermaßen:

„Da es kein Telefon und keine Radiotelegrafie gab, bediente man sich der telegrafischen Übermittlung der wichtigsten Ereignisse, die, entsprechend der damaligen Bewertung sportlicher Ereignisse, einen verhältnismäßig geringen Umfang hatte.“⁶²

4.4.3 Rom 1960

Zum ersten Verkauf der Fernsehrechte kam es schließlich 1960 in Rom. Scherer (1995) zitiert den damaligen IOC-Präsident Avery Brundage, der noch 1956 der Meinung war:

„Wir haben 60 Jahre ohne das Fernsehen gelebt, und die Spiele werden weitere 60 Jahre ohne das Fernsehen auskommen“ (S.8)⁶³

Auf der IOC-Session 1957 fällte das Internationale Olympische Komitee jedoch die Entscheidung, den Italienern zu erlauben, die TV-Rechte an einen Fernsehsender zu verkaufen. Hintergrund war das finanzielle Fiasko der Spiele in Melbourne 1956, die dem IOC ein Defizit von 300.000 englischen Pfund einbrachten. Außerdem verfügte das IOC 1957 nur mehr über einen Kassenbestand von 130.000 Schweizer Franken. Unmittelbar vor den Spielen hatte das IOC sogar nur noch liquide Mittel von 22.000 Schweizer Franken und war somit dem Konkurs nahe.⁶⁴

Der entstandene Druck der leeren Kassen war laut Kluge (1998) der Grund dafür, dass das IOC den Italienern erstmals erlaubte, die Fernsehrechte zu verkaufen. Die Ausstattung der Haushalte mit Fernsehgeräten verbesserte sich immer mehr und seit dem es der UdSSR

⁶² spowwww.sbg.ac.at/iffb/uploads/media/Dimitriou_2007-1896_Sportberichterstattung.pdf

⁶³ Scherer, Karl Adolf, 1995, 100 Jahre Olympische Spiele – Idee, Analyse und Bilanz

⁶⁴ Knecht, Willi, 2000, Von Melbourne bis Sydney, S. 20-30

gelungen war, den ersten „Sputnik“ auf die Erdumlaufbahn zu bringen, begann auch die Zeit der unilateralen Übertragung per Satellit. Die Austragungsstadt Rom bot dem IOC an, es bei einer Garantiesumme von mindestens 50 000 Dollar mit fünf Prozent zu beteiligen. Da das IOC mit diesem Vorschlag nicht einverstanden war, wurde 1958 die Regel 49 in die Olympische Charta mit aufgenommen. Damit wurde die Einbeziehung des IOC beim Thema Fernsehgebühren verlangt.⁶⁵

Nach dieser Reform gingen zwei Drittel des Verkaufserlöses an das Organisationskomitee der Spiele. Der verbleibende Betrag wurde zu je einem Drittel an die NOKs, an die Weltsportfachverbände und an das IOC aufgeteilt. Das IOC konnte somit nur ein Neuntel des Gesamterlöses für sich behalten. Seit 2004 gibt es jedoch einen neuen Verteilungsschlüssel. Demnach bekommt das jeweilige Organisationskomitee nur noch 49 Prozent des Erlöses. Die restlichen 51 Prozent werden wie bisher aufgeteilt. Manning (1997) meint:

„Das IOC hat mit dem langfristigen Fernsehvertrag 2000 bis 2008 das Potential nicht ausgeschöpft. Dies gilt insbesondere für Europa, wo private Fernsehanbieter mehr geboten hätten als die öffentlich-rechtlichen Anstalten.“⁶⁶

Die Olympischen Spiele von Rom waren die ersten, die vom Fernsehen weltweit übertragen wurden. 18 Europäische Länder konnten live dabei sein. Nur wenige Stunden später wurden die Bilder auch in den Vereinigten Staaten, Kanada und Japan ausgestrahlt. Der amerikanische Fernsehsender CBS erwarb die TV-Rechte für Rom für 394.000 US-Dollar. Gesendet wurden von CBS 16 Stunden und 14 Minuten.⁶⁷ Der offizielle Olympiafilm „La Grande Olimpiade“ wurde auf einem Eastman Kodak Farbfilm gedreht. Seit Rom 1960 waren die TV-Übertragungsrechte die Basis für die Finanzierung der Olympischen Spiele, wovon teilweise auch das IOC und die internationalen Verbände finanziert wurden.⁶⁸

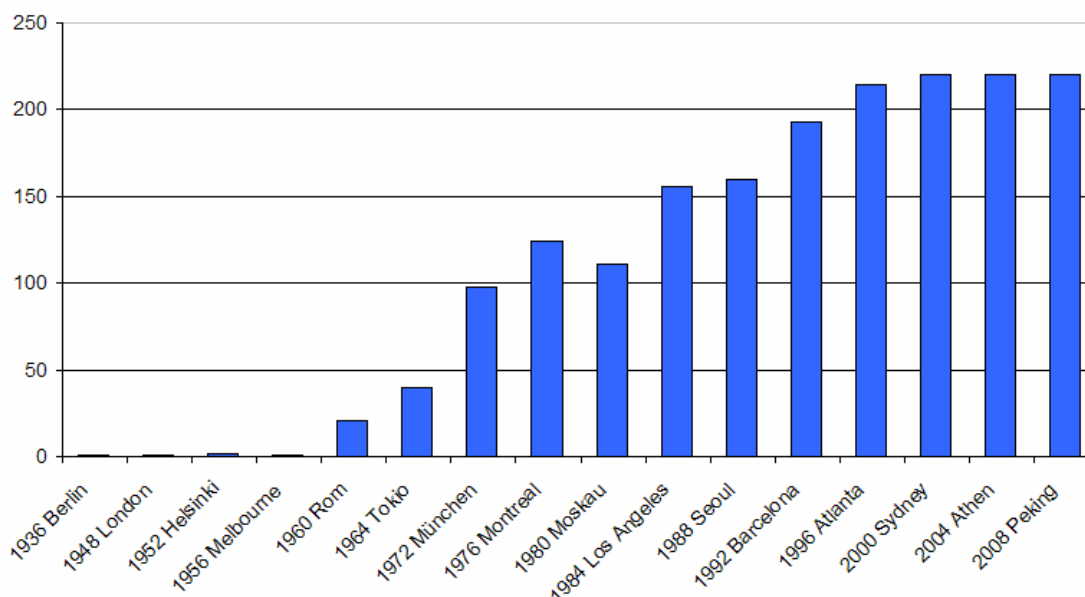
⁶⁵ Kluge, Volker, 1998, Olympische Sommerspiele, London 1948-Tokio 1964

⁶⁶ Maenning, Wolfgang, 1997, Olympische Spiele und Wirtschaft. Weitverbreitete Missverständnisse und achtzehn (Gegen-)Thesen, S.161

⁶⁷ Kluge, Volker, 1998, Olympische Sommerspiele, London 1948-Tokio 1964, S.486

⁶⁸ Kluge, Volker, 1998, Olympische Sommerspiele, London 1948-Tokio 1964, S. 495

Abbildung 6: Anzahl der Länder in denen die Olympischen Spiele übertragen worden sind⁶⁹



4.4.4 Montreal 1976

Das Organisationskomitee von Mexiko 1968 zahlte 150.000 US Dollar an das IOC. Dies war ein Zwanzigstel aus dem Verkauf der Fernsehrechte und geschah auf freiwilliger Basis.⁷⁰

Von den Spielen in Mexiko-City 1968 bis München 1972 stieg die Summe der TV-Rechte von 9,75 Millionen US-Dollar auf über 35 Millionen. Der Olympiafilms „Olympiade '72 München“ wurde hingegen ein Flop, der in der Produktion ca. 6 Millionen deutsche Mark kostete. Durch die schlechten Erfahrungen der Filmcrew von München beschränkte man sich in Montreal 1976 auf eine Dokumentation. 168 Mitarbeiter produzierten 100 Kilometer Film. Die Originalfassung dauerte 4 Stunden, wurde in 50 Ländern gesendet und kostete 1,2 Millionen Dollar. Bei den Olympischen Spielen von Moskau 1980 verlangte das IOC vom Organisationskomitee zum letzten Mal eine Anfertigung eines offiziellen Olympiafilms. Der Titel lautete „Oh Sport, du bist der Friede“. 1981 wurde diese Forderung fallengelassen.⁷¹ Die Direktübertragung in die privaten Haushalte funktionierte bereits so gut, dass ein Olympiafilms keinen Anklang mehr

⁶⁹ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

⁷⁰ Rittberger, V., Bökle, H., 1997, Das Internationale Olympische Komitee - eine Weltregierung des Sports?

⁷¹ Kluge, Volker, 2000, Olympische Sommerspiele, Mexiko-Stadt 1968-Los Angeles 1984, S. 900

fand. Die Eröffnungsfeier bei den Spielen von Los Angeles 1984 wurde von 600 Millionen Zuschauern auf der ganzen Welt verfolgt.⁷²

4.4.5 Atlanta 1996

Anfang der Neunziger Jahre entschied sich das IOC den Rhythmus der alle vier Jahre wiederkehrenden Spiele auf zwei Jahre zu ändern (Olympische Winterspiele und Sommerspiele alternierend). Diese Entscheidung brachte eine kontinuierliche Aufmerksamkeit und wachsendes Interesse der Medien an den Olympischen Spielen. Zusätzlich können sich seitdem die TV-Anstalten ihr Budget besser einteilen.⁷³

Die Finanzierung der Olympischen Spiele von Atlanta 1996 erfolgte aus privaten Mitteln. Von den Gesamteinnahmen in Höhe von 2,6 Milliarden US-Dollar standen dem ACOG rum 1,7 Milliarden zur Verfügung. Der größte Anteil der Einnahmen (33%) entstammt aus den Einnahmen durch die Fernsehrechte. Diese wurden für 900 Millionen US-Dollar vergeben.

15 Fernsehgesellschaften erwarben die Rechte und übertrugen die Spiele von Atlanta in 169 Länder. Angaben des ACOG zufolge verfolgten 3,5 Milliarden Menschen die Eröffnungszeremonie. Über den gesamten Zeitraum der Spiele verfolgten 19,6 Milliarden Menschen das sportliche Ereignis.⁷⁴

4.4.6 Kosten für Übertragungsrechte

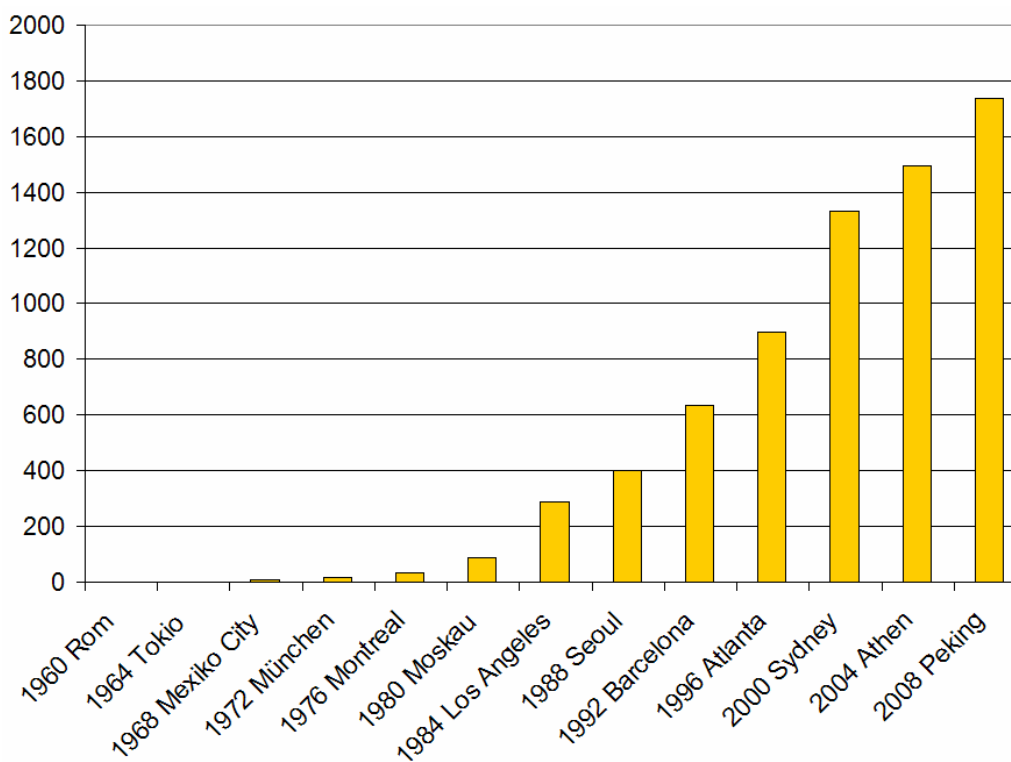
In der folgenden Tabelle werden die Kosten der TV-Übertragungsrechte für die einzelnen Olympischen Sommerspiele gegenübergestellt. Sie soll den enormen Preisanstieg seit 1960 dokumentieren.

Interessant ist, dass die Kosten der Fernsehrechte zwischen den Spielen 1980 in Moskau und 1984 in Los Angeles um über 300% gestiegen sind. Ein möglicher Grund ist der Amtsantritt von Präsident Samaranch 1980, der mit seiner Person eine neue Ära in der Vermarktung der Olympischen Spiele einleitete.

⁷² Tomlinson, Alan, 1992, Olympische Spiele: Sport, Spektakel und Konsum

⁷³ Bellamy, Robert V., 1998, The Evolving Television Sports Marketplace, S. 84.

⁷⁴ Kluge, Volker, 2002, Olympische Sommerspiele, Seoul 1988-Atlanta 1996

Abbildungen 7 und 8: Die Kostenentwicklung für Übertragungsrechte bei den Olympischen Spielen von 1960-2008⁷⁵⁷⁶⁷⁷⁷⁸

Jahr und Ort	Gesamteinnahmen in Mio. US \$	Offizieller Sender	Einnahmen USA in Mio. US \$	Einnahmen Europa in Mio. US \$
1960 Rom	0,668	CBS	0,394	0,274
1964 Tokio	1,578	NBC	-	-
1968 Mexiko City	9,75	ABC	4,5	1
1972 München	17,792	ABC	13,5	1,745
1976 Montreal	34,863	ABC	25	4,55
1980 Moskau	87,984	NBC	72,33	5,652
1984 Los Angeles	286,764	NBC	225	19,8
1988 Seoul	407,1	NBC	302,1	28
1992 Barcelona	635,4	NBC	401	90
1996 Atlanta	898,2	NBC	483,1	250
2000 Sydney	1331,5	NBC	746,2	350
2004 Athen	1500	NBC	793	394
2008 Peking	1700	NBC	894	443

⁷⁵ Knecht, Willi, 2001, Die politische Emanzipation des IOC und der Part der Deutschen

⁷⁶ Weinreich, Jens, 1996, Muskelspiele - Ein Abgesang auf Olympia, S.69

⁷⁷ Kluge, Volker, 1998, Olympische Sommerspiele, London 1948-Tokio 1964

⁷⁸ Kluge, Volker, 2000, Olympische Sommerspiele, Mexiko-Stadt 1968-Los Angeles 1984

Abbildung 9: Entwicklung der Gebühren für die Übertragungsrechte der Olympischen Spiele in Millionen US Dollar⁷⁹

	Nord Amerika (USA und Kanada)	Mittel- und Südamerika	Asien	Mittlerer Osten und Afrika	Europa	Ozeanien	Gesamt
1998-2000	1124,0	14,2	208,0	11,9	442,1	64,9	1845,1
2002-2004	1397,4	20,8	232,6	12,9	514,0	54,3	2232,0
2006-2008	1579,0	34,0	247,0	24,9	578,4	79,7	2570,0
2010*	910,0	16,2	90,0	1,4	232,7	29,2	1279,5

* Die Zahlen für 2012 liegen noch nicht vor.

Dass der Fernsehsender NBC nur wegen der besseren Sendezeit in den USA und der dadurch besseren Zuschauerquote eine so hohe Summe bezahlt hat, klingt nicht plausibel, wenn man bedenkt, dass acht Jahre zuvor die Spiele mit Montreal ebenfalls auf dem amerikanischen Kontinent stattgefunden haben. Schon eher ergibt sich eine Erklärung aus dem Faktum, dass die Spiele in Los Angeles zum ersten Mal von privater Hand organisiert wurden. Seit dem ersten Rechteverkauf von Rom 1960 bis Sydney 2000 ist in den 40 Jahren die Gebührensumme um das circa 2.000-fache auf 1,3 Milliarden US Dollar gestiegen.⁸⁰ Man wird sehen, wie weit diese Summe in der Zukunft noch steigen wird. Der Sportchef des Schweizer Fernsehens Leutert (1994, zitiert nach Kistner & Weinreich, 1996) sagte über die Entwicklung der TV-Rechte in der Zukunft folgendes:

„Ich denke, dass in absehbarer Zeit Olympische Spiele als ganzes Paket für einen einzelnen Sender unerschwinglich sind. Also werden sich die TV-Anstalten auf einzelne Disziplinen konzentrieren. Die weniger publikumsträchtigen Sportarten werden untergehen, weil sich niemand mehr für die interessiert.“ (S. 66)⁸¹

Real (1998) fügt der geschichtlichen Darstellung der Entwicklung der Kosten der Übertragungsrechte noch ein weiteres Detail hinzu. Er stellt die Erlöse aus dem Fernsehen den Gesamtkosten der olympischen Spiele gegenüber. So war es 1960 nur ein Dollar aus 400 der von den diversen TV-Anstalten in die Spiele eingebracht wurde. 1972 war es bereits ein

⁷⁹ www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

⁸⁰ Knecht, Willi, 2000, Von Melbourne bis Sydney

⁸¹ Weinreich, Jens, 1996, Muskelspiele. Ein Abgesang auf Olympia

Dollar aus 50 der vom Fernsehen kam. 1980 war es einer aus 15 Dollar und 1984 bei den Spielen von Los Angeles war es schon jeder zweite Dollar der vom Medium Fernsehen bezahlt wurde, um die Olympischen Spiele organisieren zu können.⁸²

Auch Maenning (1997) fällt der Strukturbruch von 1984 in Richtung deutlich erhöhter Fernseherlöse auf. Seine These dazu lautet:

„Die Organisatoren von Los Angeles, die erstmalig per Gesetz gezwungen waren, die Spiele völlig privat zu finanzieren und damit keinerlei staatliche Zuschüsse in Anspruch nehmen konnten, haben die olympische Welt verändert. Heutige Finanzierungsrechnungen können nicht mehr auf die Erfahrungen der Spiele davor zurückgreifen.“ (S. 161)⁸³

Bausinger (1997) meint zu diesem Kostenanstieg der Übertragungsrechte:

„Das Fernsehen fördert den Gigantismus – und neutralisiert ihn. ... Bei aller kommerziellen Orientierung weiß man in den Medien aber sehr wohl, dass das Interesse an Athletinnen und Athleten nachließe, wenn sie nur noch als Kombination von Leistungs- und Werbeträgern präsentiert würden.“ (S. 26)⁸⁴

Würde das Interesse der Zuschauer abnehmen, könnten sich die Fernsehanstalten diese hohen Summen nicht mehr leisten. Um den Kampf der TV-Sender um die Zuschauer einmal darzustellen sei bemerkt, dass die Fernsehanstalt NBC im Jahr 1995 1,27 Milliarden US-Dollar ausgegeben hat, um die Rechte für die Olympischen Spiele 2000 und 2002 zu bekommen. Damit der Sender FOX keine weiteren Sportgroßveranstaltungen überträgt, hat NBC am Ende desselben Jahres noch einmal 2,3 Milliarden US Dollar bezahlt, um sich die TV-Rechte für die Spiele 2004, 2006 sowie 2008 zu sichern.⁸⁵

⁸² Real, R. Michael, 1998, MediaSport: Technology and the Commodification of Postmodern Sport

⁸³ Maenning, Wolfgang, 1997, Olympische Spiele und Wirtschaft. Weitverbreitete Missverständnisse und achtzehn (Gegen-)Thesen

⁸⁴ Bausinger, Hermann, 1997, Von Athen nach Atlanta. Hundert Jahre Olympische Bewegung

⁸⁵ Bellamy, Robert V., 1998, The Evolving Television Sports Marketplace, S. 85

5 Zahlenübersicht

Finanzen Athen 1896⁸⁶ (ursprünglich in Drachmen, Umwechslungskurs: 1 \$ = 237 GRD)

Einnahmen:	15.477 US Dollar
davon:	
• Spenden von Averoff	8.141 US Dollar
• Spenden der Gemeindekassen	1.399 US Dollar
• Sofortkredit durch den Briefmarkenverkauf	1.696 US Dollar
• Eintrittskarten	850 US Dollar
• sonstige Einnahmequellen	3.392 US Dollar

Ausgaben: liegen nicht vor

Finanzen Rom 1960⁸⁷ (ursprünglich in Lire, Umwechslungskurs: 1 \$ = 1346 Lire)

Einnahmen:	7,2 Millionen US Dollar
davon:	
• Ticketverkauf	1,9 Millionen US Dollar
• TV-Rechte	394 000 US Dollar

46 Firmen und Institutionen stellten Sachwerte zur Verfügung

Ausgaben:	7,2 Millionen US Dollar
davon:	
• Ausbau des Olympiastadions	2,5 Millionen US Dollar
• Palazzo dello Sport	1,5 Millionen US Dollar
• Velodrom	750.000 US Dollar
• Lago Albano	260.000 US Dollar

dazu kommen 52 Millionen US Dollar „nicht-olympiabedingter“ Kosten:

davon:	
• Olympisches Dorf	4 Millionen US Dollar

⁸⁶ Kluge, Volker, 1997, Olympische Sommerspiele, Athen 1896-Berlin 1936, S. 24

⁸⁷ Kluge, Volker, 1998, Olympische Sommerspiele, London 1948-Tokio 1964, S. 497

- Infrastruktur am Olympischen Dorf 5,9 Millionen US Dollar
- Flughafen Fiumicino Millionen 22,2 Millionen US Dollar

Profit: keinen

Finanzen Montreal 1976⁸⁸

Einnahmen:	606 Millionen Kanadische Dollar
davon:	
• Münz- und Philatelieprogramm	115 Millionen Kanadische Dollar
• Olympia-Lotterie	235 Millionen Kanadische Dollar
• Fernsehrechte	32 Millionen Kanadische Dollar
• Ticketverkauf	27 Millionen Kanadische Dollar
• Anteile an Investitionen	9 Millionen Kanadische Dollar
• Unterbringung	2 Millionen Kanadische Dollar
• Programmverkauf	1 Millionen Kanadische Dollar
• Sonstiges	9 Millionen Kanadische Dollar
• Subventionen der Bundesregierung	142 Millionen Kan. Dollar
• Subventionen von Quebec	24 Millionen Kanadische Dollar
• Subventionen von Ontario	1 Millionen Kanadische Dollar
• Subventionen von Montreal	8 Millionen Kanadische Dollar
Ausgaben:	1,6 Milliarden Kanadische Dollar
davon:	
Infrastruktur-Etat:	
• Olympiapark	987 Millionen Kanadische Dollar
• Olympisches Dorf	85 Millionen Kanadische Dollar
• Einrichtungen der Stadt Montreal	141 Millionen Kanadische Dollar
Organisations-Etat:	
• Lohnkosten	8 Millionen Kanadische Dollar
• Service	28,2 Millionen Kanadische Dollar
• Kommunikation	16,7 Millionen Kanadische Dollar
• Grafik und Design	3,1 Millionen Kanadische Dollar
• Technologie	15,9 Millionen Kanadische Dollar

⁸⁸ Kluge, Volker, 2000, Olympische Sommerspiele, Mexiko-Stadt 1968-Los Angeles 1984, S. 459

• Anlagen	19,3 Millionen Kanadische Dollar
• Olympisches Dorf	15,4 Millionen Kanadische Dollar
• Sportveranstaltungen	15,5 Millionen Kanadische Dollar
• Ticketverkauf	7 Millionen Kanadische Dollar
• Anteilige Ausgaben	38 Millionen Kanadische Dollar
• Kulturprogramm	2,1 Millionen Kanadische Dollar
• Zeremonien	5,5 Millionen Kanadische Dollar
• Sonstiges	11,4 Millionen Kanadische Dollar
Defizit:	990 Millionen Kanadische Dollar
davon:	
• Regierung von Quebec	790 Millionen Kanadische Dollar
• Stadtverwaltung Montreal	200 Millionen Kanadische Dollar

Finanzen Atlanta 1996⁸⁹

Einnahmen:	1,7 Milliarden US Dollar
davon:	
• TV-Rechte	568,3 Millionen US Dollar
• Joint Venture	426,5 Millionen US Dollar
• TOP III	81,2 Millionen US Dollar
• Ticketverkauf	425,1 Millionen US Dollar
• Merchandising	31,1 Millionen US Dollar
• Sonstiges	188 Millionen US Dollar
Ausgaben:	1,7 Milliarden US Dollar
davon:	
• Konstruktion	494,2 Millionen US Dollar
• Technologie	219 Millionen US Dollar
• TV-Installationen	141,3 Millionen US Dollar
• Olympisches Dorf	109,8 Millionen US Dollar
• Transport	91,6 Millionen US Dollar
• Finanzieller Service	70 Millionen US Dollar

⁸⁹ Kluge, Volker, 2002, Olympische Sommerspiele, Seoul 1988-Atlanta 1996, S. 693

• Olympisches Programm	67,5 Millionen US Dollar
• Sportveranstaltungen	48,5 Millionen US Dollar
• Logistik	41,1 Millionen US Dollar
• Verwaltung	39,9 Millionen US Dollar
• Management Sportstätten	37,4 Millionen US Dollar
• Sicherheit	32,8 Millionen US Dollar
• Olympische Zeremonien	26,7 Millionen US Dollar
• Management	24,9 Millionen US Dollar
• Unterkünfte	22,1 Millionen US Dollar
• Verpflegung und Versorgung	21,7 Millionen US Dollar

6 Schlussbemerkung

6.1 Aktuelle Situation

Das IOC hat im Olympiazzyklus 2009-2012 Marketingeinnahmen von ungefähr fünf Milliarden Dollar vorzuweisen. Davon werden rund ein Drittel an die zukünftigen Olympiastädte überwiesen: so bekommt London (Ausrichter der Olympischen Sommerspiele 2012) ungefähr eine Milliarde Dollar. Die restlichen Milliarden werden in der olympischen Familie, bestehend aus 33 Weltsportverbänden und 205 Nationalen Olympischen Komitees verteilt. Das IOC behält rund sieben Prozent. Von seinem Anteil muss das IOC hauptsächlich seine Verwaltungskosten bezahlen, die bei rund 100 Millionen Dollar pro Jahr liegen.⁹⁰

Zwar hat das IOC in den letzten Jahren einige Millionen Dollar am Finanzmarkt verloren, etwa in Fonds des Betrügers Bernard Madoff (Personenerklärung). Doch obwohl manche Unternehmen ihre Sponsorenverträge nicht verlängert haben, sind keine Verluste zu vermerken, denn es gibt immer andere Sponsoren die einspringen und oftmals sind diese sogar bereit mehr zu zahlen. Der belgische IOC-Präsident Jacques Rogge sieht daher keinen Grund zur Sorge:

“Die IOC-Finzen sind gesichert. Wir haben 405 Millionen Dollar Rücklagen. Sie wissen, dass ich ein sehr vorsichtiger Mensch bin. Die Weltlage ist nicht vorherzusehen. Ich habe keine Kristallkugel aber im Moment gilt: Es gibt kein ernstes Problem.”⁹¹

Der Wert der Vermarktungsrechte ist in den letzten zehn Jahren enorm gestiegen. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass Sponsoren und Fernsehsender entdeckt haben, welche gewaltige Kraft hinter den Olympischen Spielen steckt. Die alleinigen Vermarktungsrechte liegen beim IOC. Zwischen der Olympiaperiode 1993 bis 1996 (Atlanta) und 2005 bis 2008 (Peking) verdoppelten sich die Einnahmen des IOC von 2,6 auf 5,4 Milliarden Dollar.

⁹⁰ www.focus.de/finanzen/news/tid-17160/olympische-spiele-das-vermoegen-des-ioc_aid_478259.html

⁹¹ www.jensweinreich.de/2009/05/07/finanzierung-olympischer-spiele-wir-sind-ein-privilegiertes-volkchen/

„Die Spiele sind in ihrem Stellenwert unvergleichbar“, urteilt Stefan Ludwig, Sportexperte bei der Unternehmensberatung Deloitte.

Knapp 50% der Einnahmen stammen aus dem Verkauf der Fernsehrechte. So wurden 2008 die Olympischen Spiele in China in 220 Länder übertragen. Insgesamt zahlten die Sender dafür 2,6 Milliarden Dollar.⁹²

2009 hat das IOC die olympischen Fernsehrechte erstmals nicht an die Europäische Rundfunkunion (EBU = European Broadcasting Union) vergeben, sondern an eine Agentur. Die Firma Sportfive hat den Zuschlag für die Winterspiele 2014 in Sotschi (Russland) und die Sommerspiele 2016 in Rio de Janeiro (Brasilien) bekommen. Der Vertrag umfasst umfangreiche Medienrechte in 40 europäischen Ländern. Nicht betroffen sind Nationen wie Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Spanien. Hier sollen die Olympia-Rechte auf direktem Weg in separaten Verhandlungen mit TV-Sendern verkauft werden - auch dies im Sinne der Gewinnmaximierung und "so bald wie möglich", hieß es in einem Statement des IOC. "Dass wir nicht mit dem Einkaufsverbund EBU abgeschlossen haben, heißt nicht, dass wir nicht mit den einzelnen Mitgliedern abschließen", sagte IOC-Vizepräsident Thomas Bach: "Selbstverständlich haben ARD und ZDF weiter alle Möglichkeiten, zum Zuge zu kommen."

Die Verhandlungen mit der EBU im Ganzen waren im vergangenen Jahr gescheitert und somit auch eine Fortsetzung der Zusammenarbeit zwischen dem Zusammenschluss öffentlich-rechtlicher Sender und dem IOC. Die EBU hatte für die Übertragung der Spiele von Peking 2008 443,4 Millionen Dollar bezahlt. Insgesamt 746 Millionen Dollar waren dem Verband die Olympischen Spiele in Vancouver (2010) und London (2012) wert.⁹³

Entgegen den Erwartungen wurden die Rechte gleich für die kommenden vier Spiele, also bis 2020, vergeben. NBC bot 4,38 Milliarden Dollar (etwa 3 Milliarden Euro), das war deutlich mehr als die Konkurrenten Fox (3,4 Milliarden Dollar für vier Spiele) und ESPN (1,4 Milliarden Dollar für die Spiele 2014 und 2016). Damit war die Vergabe in Lausanne eine klare Sache, die Erfahrung mit Olympia-Übertragungen - NBC überträgt in den USA die Sommerspiele seit 1988 und die Winterspiele seit 2002 - war

⁹² www.focus.de/finanzen/news/tid-17160/ioc-geld-und-spiele_aid_478255.html

⁹³ www.spiegel.de/sport/sonst/0,1518,608423,00.html

ein zusätzlicher Trumpf. "Olympia ist in ihrer DNA", sagte IOC-Chef Jacques Rogge.

Dennoch rechneten Insider im Vorfeld nicht mit einer derart klaren Sache, schließlich ist NBC Anfang 2009 vom Medienunternehmen Comcast (Begriffserklärung) übernommen worden. Ob die Olympia-Begeisterung auch unter den neuen Eigentümern - Vorgänger General Electric war IOC-Sponsor - derart groß sein würde, war bis zuletzt bezweifelt worden. "Ich wollte für das Team gewinnen. Wir haben mit Herz und Seele gekämpft", sagte Comcast-Chef Brian Roberts. Das Konzept wird aber leicht verändert. In Zukunft wird NBC mit seinen Schwestersendern neben einer Highlightshow am Hauptabend alle Wettbewerbe live zeigen, kündigte NBC-Sportchef Mark Lazarus an.⁹⁴

„Olympia ist neben der Fußballweltmeisterschaft das einzige globale Event, das die Massen vor die Fernseher zieht“, sagt Sportexperte Ludwig.

Bei keinem anderen Sportereignis in dieser Größe schwingt so viel an Idealen und Werten mit: der Wunsch nach Frieden, Fairness und Völkerverständigung.⁹⁵

Am 15. Mai 2001 hat das Exekutivkomitee des IOC in Lausanne beschlossen, ab den Olympischen Spielen 2008 in Peking eigene Fernsehbilder zu produzieren. IOC-Vizepräsident Thomas Bach teilte mit: „Zweck dieses Beschlusses ist es, die Qualität der Berichterstattung zu sichern, die Unabhängigkeit des IOC zu fördern und sich die Möglichkeiten aller Optionen auf einem sich rapide verändernden Markt offen zu halten.“⁹⁶

⁹⁴ www.wienerzeitung.at/nachrichten/sport/sport_und_wirtschaft/51342_Die-Geldmaschine-laeuft-weiter.html

⁹⁵ www.focus.de/finanzen/news/tid-17160/ioc-geld-und-spiele_aid_478255.html

⁹⁶ www.sportgericht.de

6.2 Ausblick

Olympische Spiele sind die größte Sportveranstaltung auf Erden. In der Regel dauern sie nur 17 Tage, kosten doch jeweils viele Milliarden Dollar. Die Finanzierung von Olympischen Spielen ist, historisch betrachtet, immer ein Risiko. Das kanadische Montreal beispielsweise benötigte nach den Olympischen Spielen 1976 länger als 30 Jahre um seine Schulden zu tilgen. Die Wirtschaftskrise gefährdet zahlreiche Projekte, notdürftig werden die Löcher gestopft. Großspurige Versprechen von Finanzinvestoren wurden zu Makulatur. Deshalb erweist sich in London, Gastgeber der Sommerspiele 2012, der Bau des olympischen Dorfes als das größte Problem. Der Besitzer der Spiele aber, das Internationale Olympische Komitee (IOC), wähnt sich in Sicherheit. Marketingchef Gerhard Heiberg aus Norwegen sieht keinen Grund für Änderungen am olympischen Vermarktungsprogramm:

“Ich glaube nicht, dass sich etwas ändern wird, denn wir haben ja Verträge für vier und acht und zwölf Jahre. Und so lange wird diese Krise wahrscheinlich nicht dauern. Eigentlich haben wir nichts zu ändern. Warten wir jetzt ab. Zurzeit bereuen wir nichts.”⁹⁷

Gewinn und Verlust wechseln sich in der IOC-Bilanz regelmäßig ab: In den Jahren der Spiele wird ein Überschuss erzielt (2008: 383 Millionen Dollar). In den Zwischenjahren steht unterm Strich ein Minus. 2007 betrug es rund 30 Millionen Dollar. Das IOC muss als Non-Profit-Organisation keine Steuern zahlen. Die Verluste kann der Olympia-Ausrichter leicht verschmerzen. Über die Jahre hat er Rücklagen geschaffen. „Das IOC hat ein Vermögen aufgebaut, wie es sich Pierre de Coubertin niemals hätte vorstellen können“, schreibt Jean-Loup Chappelet in seinem Buch über die Olympischen Spiele.⁹⁸ Auf knapp 405 Millionen Dollar belaufen sich die

⁹⁷ www.jensweinreich.de/2009/05/07/finanzierung-olympischer-spiele-wir-sind-ein-privilegiertes-volkchen/

⁹⁸ Chappelet, Jean-Loup, 2008, The International Olympic Committee and the Olympic system: the governance of world sport

Bargeldreserven des Komitees.⁹⁹ Insgesamt 800 Millionen Dollar hat es in kurz- und langfristigen Geldanlagen wie Anleihen deponiert.¹⁰⁰

Trotz der rasanten Einnahmesteigerung in den vergangenen Jahren sieht Deloitte-Experte Ludwig das Ende noch nicht erreicht. „Vor allem die Übertragungsrechte bieten noch Potenzial“, sagt er. Steigerungsmöglichkeiten sieht Ludwig etwa bei den Handy- und Internetrechten. Zudem versucht das IOC rund um Olympia neue Veranstaltungen abseits der Wettkämpfe zu schaffen, die sich vermarkten lassen und die Attraktivität der Spiele erhöhen sollen. Vier Programmpunkte hat das IOC dabei besonders im Blick: den Fackellauf, die Feierlichkeiten für Eröffnung, Abschluss sowie Siegerehrungen, ein Kulturprogramm und schließlich die Rahmenveranstaltungen der Gastgeberstadt wie Live-Übertragungen der Wettkämpfe und Konzerte. „Die vier Komponenten haben zwar schon vorher existiert. Aber das IOC möchte sie nun mehr betonen, um die Spiele zum Einem von einfachen Weltmeisterschaften abzuheben und sie zum Anderen für Sponsoren und Zuschauer interessanter zu machen“, erklärt Chappellet. Er mahnt, vor allem die Zuschauer vor Ort nicht zu vergessen:

„Das IOC hat sich zuletzt zu sehr um die Fernsehshow und die Bedürfnisse der Sender und Werbekunden gekümmert.“

Jetzt müssten die Teilnehmer vom Athleten bis zum Besucher wieder mehr in den Vordergrund gerückt werden. Nur so könnten die Spiele ihren einzigartigen Wert als kulturelles Erbe der Menschheit bewahren – ein Aspekt, der sie von allen anderen Sportveranstaltungen unterscheidet.¹⁰¹

Jacques Rogge wird kaum etwas anderes erklären, solange das Interesse an den Spielen ungebrochen bleibt. Selbst in Krisenzeiten bewerben sich Städte und Nationen um Olympische Spiele, die als Image- und Infrastrukturprogramm betrachtet werden. Brasilien, Ausrichter der Olympischen Sommerspiele im Jahr 2016, will zum Beispiel in den kommenden Jahren 250 Milliarden Dollar in seine Infrastruktur investieren. Fünf Prozent dieser Summe sollen in das olympische Abenteuer fließen.

⁹⁹ www.jensweinreich.de/2009/05/07/finanzierung-olympischer-spiele-wir-sind-ein-privilegiertes-volkchen/

¹⁰⁰ www.focus.de/finanzen/news/tid-17160/olympische-spiele-das-vermoegen-des-ioc_aid_478259.html

¹⁰¹ www.focus.de/finanzen/news/tid-17160/olympische-spiele-das-vermoegen-des-ioc_aid_478259.html

In London wurde schon während der Bewerbung ein Regierungsbericht geheim gehalten, der besagte, dass Mega-Events wie Olympische Spiele keine Gewinne abwerfen würden. Es gehe dabei "mehr ums Feiern als um wirtschaftlichen Nutzen". Inzwischen haben sich die olympiabedingten Kosten in London fast vervierfacht, von 2,7 auf 10,4 Milliarden Euro – Tendenz steigend. Olympiaministerin Tessa Jowell musste sich vorwerfen lassen, Parlament und Öffentlichkeit hinters Licht geführt zu haben. Olympische Spiele sind kein Wettbewerb der Wahrheiten. Eine seriöse Diskussion über Kosten und Risiken wird durch die Transparenzprobleme der Branche erschwert. Erst kürzlich hat die Nichtregierungsorganisation "One World Trust" das IOC in einer unabhängigen Studie zum intransparentesten von 30 getesteten, weltweit operierenden Unternehmen gekürt.

Der vermeintliche Nutzen wird schön gerechnet – die Risiken werden herunter gespielt. Wer Olympische Spiele und andere Großereignisse wie Fußball-Weltmeisterschaften als Infrastrukturprogramm betrachtet, mag langfristig durchaus messbare positive Effekte verzeichnen. Kurzfristig aber ist die Bilanz negativ. Darüber dürfen die stets geschönten Rechnungen der Organisatoren nicht hinweg täuschen. Helmut Digel ist Direktor des Instituts für Sportwissenschaften der Universität Tübingen. Als ehemaliger Vizepräsident des Leichtathletik-Weltverbandes, verantwortlich für Marketing, hat er Erfahrungen mit der Austragung von Sport-Großveranstaltungen gesammelt. Er sagt:

*"Der Sport ist heute ohne öffentliche Unterstützung nicht denkbar als moderner Hochleistungssport. Wenn man die 210 Mitgliedsnationen bei den Olympischen Spielen etwas genauer betrachtet, so wird es vermutlich keine einzige Nation geben, die ihre Vorbereitung nicht mittels staatlicher Mittel unternimmt. Das heißt: Der Steuerzahler ist im Wesentlichen der Garant der Olympischen Bewegung. Das wird selten gewürdigt und geschätzt. Und gerade mit Blick auf den Steuerzahler stellt sich natürlich die Frage, ob in wirtschaftlich schwierigen Zeiten man die Mittel zugunsten einer Sportbewegung verwenden darf, die sich selbst in Frage stellt – durch Korruption, durch Dopingbetrug, durch Gewaltausschreitungen, also durch eine ganze Reihe von Risiken, die ganz ohne Zweifel im Sport existieren."*¹⁰²

¹⁰² www.jensweinreich.de/2009/05/07/finanzierung-olympischer-spiele-wir-sind-ein-privilegiertes-volkchen/

Literaturverzeichnis

Internet

www.dosb.de , aufgerufen am 30.06.2011

www.dosb.de/de/olympia/olympische-spiele/olympische-charta/ ,
aufgerufen am 23.07.2011

www.focus.de/finanzen/news/tid-17160/ioc-geld-und-spiele_aid_478255.html , aufgerufen am 30.06.2011

www.focus.de/finanzen/news/tid-17160/olympische-spiele-das-vermoegen-des-ioc_aid_478259.html , aufgerufen am 23.07.2011

www.focus.de/sport/olympia-2012/olympia-sportpolitik-ioc-waechst-in-durban-auf-113-mitglieder_aid_644160.html , aufgerufen am 23.07.2011

www.jensweinreich.de/2009/05/07/finanzierung-olympischer-spiele-wir-sind-ein-privilegiertes-volkchen/ , aufgerufen am 25.06.2011

www.olympic.org , aufgerufen am 02.07.2011

www.spiegel.de/spiegel/print/d-42648983.html , aufgerufen am 23.07.2011

www.spiegel.de/sport/sonst/0,1518,608423,00.html , aufgerufen am
30.06.2011

www.sportgericht.de , aufgerufen am 25.06.2011

www.wienerzeitung.at/nachrichten/sport/sport_und_wirtschaft/51342_Die-Geldmaschine-laeuft-weiter.html , aufgerufen am 23.07.2011

www.wiwo.de/unternehmen-maerkte/unser-kurs-ist-laecherlich-niedrig-306017/ , aufgerufen am 20.08.2011

Gedruckte Literatur

Bammer, Axel, 2003, Aspekte von Kommerzialisierung und Vermarktung der Olympischen Spiele in historischen Perspektiven

Bausinger, Hermann, 1997, Von Athen nach Atlanta. Hundert Jahre Olympische Bewegung

Bellamy, Robert V., 1998, The Evolving Television Sports Marketplace

Bernett, Hajo, 1973, Untersuchungen zur Zeitgeschichte des Sports

Chappelet, Jean-Loup, 2008, The International Olympic Committee and the olympic system: the governance of world sport

Frenzen, Karl-Heinz, 1988, Olympische Spiele

Gruppe, Paulheinz, 1992, Horst Dassler – Revolution im Weltsport

Jordan, B, Lenz, A. (Hrsg.), 1996, Die Olympischen Spiele

Grupe, Ommo (Hrsg.), 1999, Einblicke: Aspekte olympischer Sportentwicklung

ISL Marketing, 1988, TOP-World Wide Sponsorship of the Olympic Movement

Kidd, Bruce, 1996, Montreal 1976 – Die 21ten Olympischen Spiele

Kluge, Volker, 1997, Olympische Sommerspiele, Athen 1896-Berlin 1936

Kluge, Volker, 1998, Olympische Sommerspiele, London 1948-Tokio 1964

Kluge, Volker, 2000, Olympische Sommerspiele, Mexiko-Stadt 1968-Los Angeles 1984

Kluge, Volker, 2002, Olympische Sommerspiele, Seoul 1988-Atlanta 1996

Knecht, Willi, 2001, Die politische Emanzipation des IOC und der Part der Deutschen

Knecht, Willi, 2000, Von Melbourne bis Sydney

Maenning, Wolfgang, 1997, Olympische Spiele und Wirtschaft. Weitverbreitete Missverständnisse und achtzehn (Gegen-)Thesen

Real, R. Michael, 1998, MediaSport: Technology and the Commodification of Postmodern Sport

Rittberger, V., Bökle, H., 1997, Das Internationale Olympische Komitee - eine Weltregierung des Sports?

Rozin, Skip, 1996, Empowering the Olympic movement

Scherer, Karl Adolf, 1995, 100 Jahre Olympische Spiele – Idee, Analyse und Bilanz

Slack, Trevor, 2004, The Commercialisation of sport

Tomlinson, Alan, 1992, Olympische Spiele: Sport, Spektakel und Konsum

Weinreich, Jens, 1996, Muskelspiele. Ein Abgesang auf Olympia

Wenner, A. Lawrence, 1998, Playing the MediaSport Game

Wilatschek, Franz, 2000, Entwicklung der Sportberichterstattung in österreichischen Medien unter besonderer Berücksichtigung der Olympischen Sommerspiele

PDF:

Factsheet: Roles and responsibilities during the Olympic Games. IOC, Februar `08

www.olympic.org/Documents/Reports/EN/en_report_671.pdf

www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/olympic_marketing_fact_file_2011.pdf

www.olympischeerziehung.de/media/modul/m1_3_1.pdf

spowww.sbg.ac.at/iffb/uploads/media/Dimitriou_2007-1896_Sportberichterstattung.pdf

Zeitungsartikel:

Zeitschrift Olympic Review, Juni/Juli 1996

Zeitschrift Olympic Review, Juni 2005

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe.

Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurde, sind als solche kenntlich gemacht.

Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Hamburg, den 22. August 2011

Carolin Tonn