

Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Fachbereich Sozialwissenschaften, Medien und Sport
Institut für Sportwissenschaft
Fachgebiet Sportökonomie & Sportsoziologie
Albert-Schweitzer-Str. 22
55099 Mainz



Working Paper Series

Mainzer Papers on Sports Economics & Management

№ 9: Olympische Spiele der Neuzeit als Wirtschaftsfaktor - Wer profitiert von den Olympischen Spielen?

August 2012

HOLGER PREUSS
Institut für Sportwissenschaft
Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Albert-Schweitzer Str. 21
55099 Mainz
E-mail: preuss@uni-mainz.de

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| 1. Einleitung..... | 3 |
| 2. Die Entwicklung der Spiele – ein ökonomischer Überblick..... | 6 |
| 3. Ausgewählte Gewinner durch die Ausrichtung Olympischer Spiele..... | 11 |
| 4. Zusammenfassende Betrachtung..... | 23 |
| Literatur | 24 |

1. Einleitung

„The best Games ever“ war die schon fast stehende Wendung des früheren IOC Präsidenten J.A. Samaranch zum Abschluss Olympischer Spiele. Das Bestreben, Gastgeber der besten Spiele aller Zeiten zu sein, war zumindest bis Turin 2006 (TOROC, 2005) ungeschriebenes Gesetz, gilt aber wohl heute noch. Wie aber kann man den Erfolg Olympischer Spiele messen? Meinte Samaranch den finanziellen, den sozialen, den organisationalen oder den sportlichen Erfolg? Aus der Perspektive welches Stakeholders soll der Erfolg gemessen werden, aus der des Politikers, der Bauindustrie, der Medaillengewinner, der reichen Bürger oder des IOCs – mit anderen Worten, aus der Sicht welches „Gewinners“? Selbst wenn es möglich wäre, diese Frage zu beantworten, würde als zentrales Problem bestehen bleiben, wie beispielsweise die jüngsten Spiele von London 2012 mit vorherigen Spielen zu vergleichen wären. Eine vergleichende Beurteilung der Spiele ist schwierig, da sich die Ziele, die Gastgeberstädte mit ihrer Ausrichtung zu erreichen suchen, durchaus unterscheiden können, und Stakeholder je nach Zielrichtung deshalb sehr unterschiedlich von Olympischen Spielen profitieren.

Ziel dieses Beitrags ist es, eine Übersicht über die Gruppen zu geben, die von der Ausrichtung Olympischer Spiele profitieren. Nur auf einer solchen Grundlage kann überlegt werden, wer ggf. wie und in welcher Höhe an der Finanzierung der Spiele beteiligt werden sollte oder wer ethische Verantwortung für sie und ihre Folgen übernehmen müsste. Dass es auch viele durch die Spiele negativ betroffene Anspruchsgruppen gibt, soll in diesem Beitrag jedoch ausgeblendet werden.

Die Beweggründe zur Ausrichtung Olympischer Spiele sind zahlreich (Tab. 1).

Tab. 1: Wesentliche Gründe zur Ausrichtung Olympischer Spiele

| Ziel der Bewerbung | Beispiele für Ausrichterstädte mit dem Ziel |
|---|---|
| Imageverbesserung | München 1972, Korea 1988, Sydney 2000, Peking 2008 |
| Stadtentwicklung | München 1972, Montreal 1976, Seoul 1988, Barcelona 1992, Athen 2004, Turin 2006, Peking 2008, London 2012 |
| Demonstration/Werbung zunehmender wirtschaftlicher Macht | Berlin 1936, Tokio 1964, München 1972, Seoul 1988, Peking 2008 |
| Demonstration/Werbung für ein politisches System | Berlin 1936, Moskau 1980, Los Angeles 1984 |
| Steigerung des Tourismus | Innsbruck 1976, Barcelona 1992, Sydney 2000, Athen 2004 |
| Bedeutungssteigerung der Stadt innerhalb des Ausrichterlandes | Barcelona 1992, Atlanta 1996, Nagano 1998, Peking 2008 |
| Investitionssteigerungen | Grenoble 1968, Lillehammer 1994, Barcelona 1992, Atlanta 1996, Nagano 1998 |
| Innenpolitische Stabilität und Selbstvertrauen | Seoul 1988, Peking 2008 |

Quelle: erweitert nach Preuss (2008, S. 420-421).

Wie unterschiedlich die Ziele sind und damit der Einfluß auf die Stakeholder, zeigen die folgenden Beispiele: Für Los Angeles mit den Spielen von 1984 war es ein primäres Ziel zu beweisen, dass man die Spiele auch ohne Defizit ausrichten kann. Deshalb nutzten die Veranstalter, wann immer es möglich war, existierende Infrastruktur (Ueberroth et al., 1985). In Barcelona 1992 hingegen besaß die Stadterneuerung höchste Priorität (Millet, 1995) und gerade deshalb wurde besonders stark in die Infrastruktur investiert. Für China stand mit den Spielen von Peking 2008 im Mittelpunkt, das gewachsene ökonomische Potenzial des Landes in einer neu zu bestimmenden Weltordnung unter Beweis zu stellen und zugleich innenpolitisch eine stärkere Identifikation mit dem Staat zu erreichen.

Der Zweck dieses Beitrags ist es nicht, die erfolgreichsten oder profitabelsten Spiele aller Zeiten zu ermitteln, sondern eine Analyse der Olympischen Spiele mit dem Ziel durchzuführen, die Stakeholder zu bestimmen, die offensichtlich von Olympischen Spielen am stärksten profitieren.

Olympische Spiele sind Mega-Sportevents, die nicht allein von einer Anspruchsgruppe finanziert werden. Die Nutzen und Kosten der Spiele lassen sich auch nicht einfach bestimmten Zielgruppen zuordnen. Will man dann noch die zahlreichen positiven und negativen externen Effekte berücksichtigen, so stellt man schnell fest, dass fast die gesamte Gesellschaft eines Landes von den Spielen betroffen ist. (Eine tiefere Diskussion der Effizienz und Opportunitätskosten von Olympischen Spielen bietet Preuss (2009).) Da es hier allein um den „Profit“ - im weiten Sinn als gesellschaftlicher Nutzen betrachtet – geht, soll dieser in diesem Beitrag über einen pluralistischen, gesellschaftsorientierten Ansatz ermittelt werden, indem die direkt an den wirtschaftlichen Leistungen der Olympischen Spiele partizipierenden Stakeholder, aber auch die anderen positiv durch die Spiele betroffenen gesellschaftlichen Bezugsgruppen dargestellt werden.

Der dazu gewählte Stakeholder-Ansatz (Freeman & McVea, 2001) erklärt, dass der Zweck der Olympischen Spiele nicht nur in der Schaffung von Werten für die Olympische Familie (IOC, NOKs und IF) zu sehen ist, sondern auch für Gruppen, die außerhalb stehen (Zuschauer, Unternehmer, Politiker etc.). In diesem Beitrag soll vom Shareholder-Value-Ansatz (Bea, 1997) Abstand genommen werden, denn die Betrachtung der finanziellen Gewinne der Olympischen Familie spiegelt nur einen Teil des Nutzens eines solchen globalen und weitgehend öffentlichen Events wider. Dagegen öffnet sich der Stakeholder-Ansatz explizit für eine Breite von Wertansätzen und vermeidet so eine zu enge finanzökonomische Perspektive. Wenngleich für das IOC nicht alle Stakeholder gleich bedeutend sind, so achtet es dennoch darauf, dass keiner einflussreichen Gruppe höhere Kosten durch die Spiele entstehen, da sich andernfalls eine unerwünschte Opposition zu den Spielen entwickeln könnte.

Als Stakeholder wird jemand bezeichnet, der bestimmte Ansprüche gegenüber einer Organisation (wie hier dem IOC) geltend macht. Aus der Sicht des Managements sind Stakeholder Personen(gruppen), die gewisse Ansprüche unabhängig davon, ob diese rechtlich fundiert sind, an die Organisation stellen. In der Literatur spricht man daher auch oft von Interessengruppen (engl. pressure groups), die eine Organisation dazu bewegen wollen, ihre Interessen zu berücksichtigen. In Bezug auf die Olympischen Spiele sind dies u.a. Umweltschutzverbände oder Globalisierungsgegner (Lenskyj, 1996, 2000,

2002). So gesehen kann man das IOC und das Organisationskomitee der Spiele (OCOG) als Art Koordinationsinstanzen verstehen, die versuchen, den vielfältigen, sich teilweise widersprechenden Interessen mehrerer Anspruchsberechtigter gerecht zu werden. Die Olympische Organisation ist ein soziales Gebilde, das die Ansprüche der unterschiedlichsten gesellschaftlichen Gruppen befriedigen will und auch sollte. Damit trifft das durch die traditionelle und neoklassische Theorie geprägte Unternehmensbild, wonach ein Unternehmen eine homogene Entscheidungseinheit darstellt, auch auf sie nicht mehr zu.

Wer sind nun die Stakeholder des OCOGs? Die folgende Abbildung zeigt eine Auswahl der Stakeholder Olympischer Spiele, ohne einen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben.

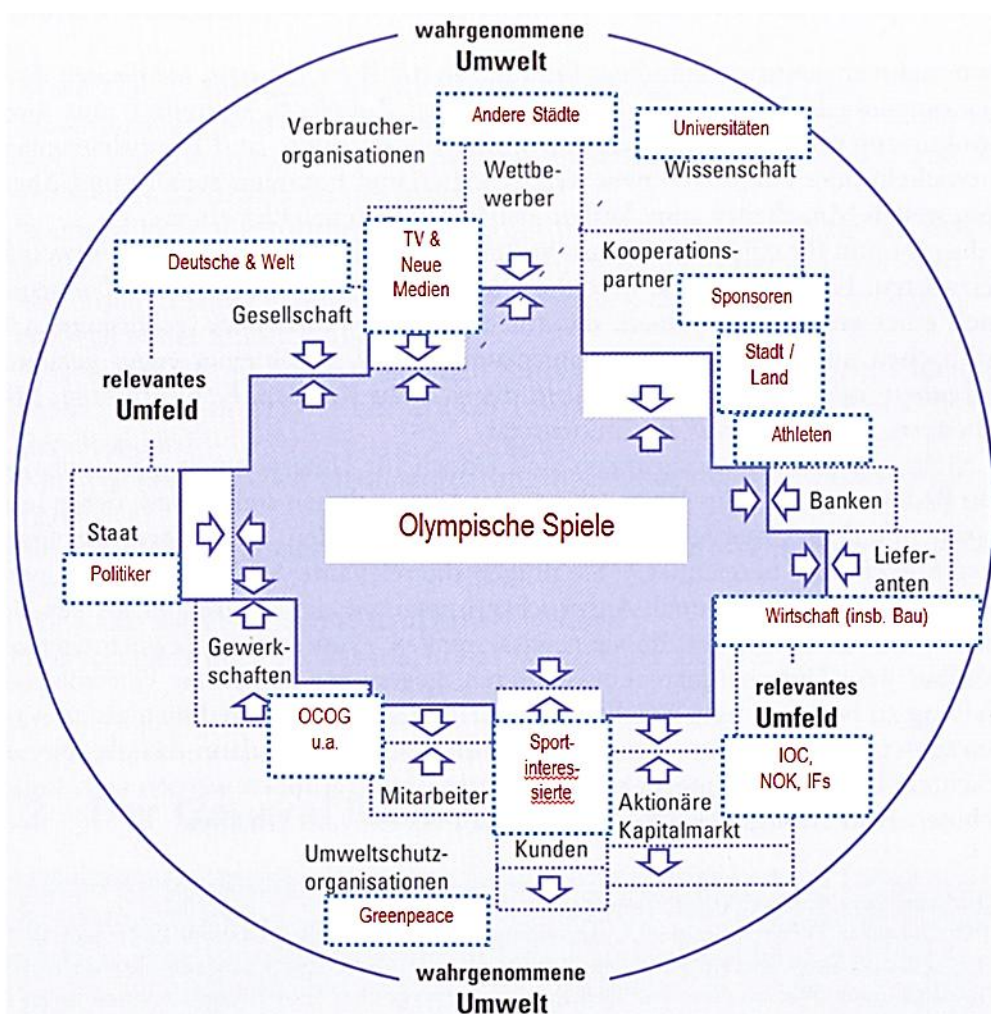


Abb. 1 Stakeholder Olympischer Spiele der Neuzeit

Quelle: modifiziert nach Müller-Stewens & Lechner (2005, S. 26)

Unter den Anspruchsgruppen unterscheidet man die Shareholder von den Stakeholdern. Die Shareholder (Shareholder Value) sind aufgrund ihrer Einlagen an den Olympischen Spielen beteiligt. Dies ist die Olympische Familie, die sich aus IOC, den NOKs und den IFs zusammensetzt. Die Stakeholder sind hingegen Anspruchsgruppen wie beispielsweise die

Mitarbeiter im IOC und bei den NOKs und IFs, die Athleten, die Zuschauer, die TV-Sender, die Sponsoren, die Lieferanten, die „Öffentlichkeit“ (u.a. repräsentiert durch staatliche Organe) und andere mehr. Zumindest bei oberflächlicher Betrachtung sind die Interessen der Stakeholder durchaus unterschiedlich, oft sogar konfliktär. Der Shareholder legt Wert auf eine möglichst hohe Rentabilität und die Machterhaltung seiner Organisation bei möglichst geringem Risiko. Dagegen beanspruchen beispielsweise Mitarbeiter als Stakeholder Sicherheit des Arbeitsplatzes, angenehme Arbeitsbedingungen und einen möglichst hohen Lohn. Die Athleten als weitere Stakeholdergruppe wollen beste Trainingsbedingungen, intensive Betreuung und perfekt organisierte Wettkämpfe, die Fans/Zuschauer wollen ein großes, unterhaltsames Event und sportliche Rekorde zu günstigem Preis, die TV-Sender ein Produkt, das hohe Einschaltquoten bringt, die Sponsoren möglichst hohe Aufmerksamkeit für ihre Werbekampagnen, die Lieferanten einen verlässlichen, zahlungskräftigen Kunden. Die Öffentlichkeit (der Staat) schließlich ist an sicheren, unterhaltsamen, werbewirksamen und die Bevölkerung zufriedenstellenden Ereignissen interessiert, die eine günstige und nachhaltige wirtschaftliche und soziale Entwicklung der lokalen und regionalen Infrastruktur bewirken sowie an hohem Steueraufkommen und zusätzlichen Arbeitsplätzen. Der Streit über einen angeblichen Interessenkonflikt zwischen Shareholdern einerseits und Stakeholdern andererseits ist im Zuge einer vorwiegend emotional geführten Diskussion zeitweise heftig eskaliert, wobei diese Vermutung sicherlich stärker bei der FIFA als beim IOC zutrifft. Insbesondere dann, wenn die Stakeholder den Shareholdern eine einseitige Maximierung materieller Werte vorwerfen, wird in Bezug auf die Olympischen Spiele schnell von „Überkommerzialisierung“ gesprochen, wie dies bei den Spielen in Atlanta 1996 der Fall war oder auch in deren Folge anlässlich der Korruptionsskandale im IOC bei der Vergabe der Winterspiele an Salt Lake 2002. Das Gegenargument der Shareholder lautet dann aber, dass man natürlich um die bestmögliche Ausrichtung der Spiele besorgt sei, um den Athleten und Fans/Zuschauern etwas zu bieten. Nicht zuletzt auch deshalb sind 2010 die Olympischen Jugendspiele ins Leben gerufen worden, um die Werte der Olympischen Bewegung neu zu beleben und für die Jugend wieder attraktiv zu machen.

2. Die Entwicklung der Spiele – ein ökonomischer Überblick

Ökonomische Gesichtspunkte sind in der gesamten Geschichte der modernen Olympischen Spiele bedeutend gewesen. Teilt man ihre Geschichte in vier Perioden, sind die sich entwickelnde ökonomische Bedeutung sowie das wechselnde Muster der Gewinner der Spiele gut aufzuzeigen.

Die erste Periode, 1896-1968, ist durch finanzielle Probleme der OCOGs charakterisiert. Die ersten Spiele in Athen 1896 fanden zu einer Zeit statt, in der sich der griechische Staat eben erst als bankrott erklärt hatte. Gerettet wurde die Ausrichtung durch die Großzügigkeit wohlhabender im Ausland lebender Griechen (Georgiadis, 2000, S. 208-17). Nachdem die ersten fünf Spiele ausgetragen worden waren – alle hatten erhebliche finanzielle Probleme, zog de Coubertin den Schluss, dass “the question is not whether they will be held, but how they will be held, and at whose expense” (1913, S. 183). Während dieser ersten Periode der Spiele sind bemerkenswert viele neue Finanzierungsquellen erschlossen worden, um die erheblichen finanziellen Verpflichtungen zu erfüllen. Einige Finanzierungsquellen wurden

nur einmal genutzt, während sich andere zu festen Größen der Finanzierung Olympischer Spiele entwickelten (Landry & Yerles, 1996, S. 183-7).

In der zweiten Periode, 1969-80, erhöhte sich mit dem Wachstum der Olympischen Spiele der Druck, weitere Finanzierungsquellen zu erschließen. Obwohl der Verkauf der TV-Übertragungsrechte und der Sponsoringrechte begann, spielten sie im Budget des OCOGs im Vergleich zu öffentlichen Subventionen zunächst eine untergeordnete Rolle. Die Finanzierung der Spiele von München 1972 erfolgte noch zum größten Teil durch die öffentliche Hand. Sieht man von den eigenen Einnahmen des OCOG (ca. 19%) ab, so wurden die Spiele durch staatliche Sonderfinanzierungsmittel (Briefmarkenzuschläge, Münzgewinne & Lottereeinnahmen) (ca. 50%) und Steuermittel der Konsorten Bund/Land/Stadt (ca. 31%) finanziert. Das verbleibende Defizit von 893 Mio. US\$'00 (Preisbasis ist das Jahr 2000) wurde zu 50% vom Bund, zu 25% vom Land Bayern und zu 25% von den Städten München und Kiel beglichen (OK München, 1974, S. 53-54). Für die Spiele von 1976 gab Kanada der Stadt Montreal keine finanzielle Absicherung. Aufgrund einer „written guarantee that the federal government would not be called upon to absorb the deficit nor to assume interim financing for organization“ (OK Montreal, 1976, S. 55), musste das OCOG – lediglich von der Stadt unterstützt – eigenfinanzierte Spiele ausrichten. Letztlich konnten nur 5% der benötigten Mittel durch privatwirtschaftliche Quellen erwirtschaftet werden. Die übrigen 95% wurden durch Sonderfinanzierungsmittel und die öffentliche Hand gedeckt (OK Montreal, 1976, S. 59). Das Defizit von 2.729 Mio. US\$'00 wurde allein von der Stadt Montreal, dem offiziellen Garantiegeber, übernommen. Montreals Steuerzahler mussten die olympischen Schulden noch bis 2006, zuletzt in Form einer speziellen Tabaksteuer, abbezahlen. Es sollte aber erwähnt werden, dass das Defizit nicht das Resultat zu niedriger Einnahmen der Ausrichter war, sondern durch die hohen Investitionen in die Infrastruktur, Missmanagement, Streiks am Bau und Wechselkursschwankungen am Markt verursacht wurde (Commission of Inquiry, o.D., S. 314). In Folge der finanziellen Belastungen von Montreal waren danach andere Städte nicht mehr daran interessiert, sich für die Ausrichtung der nächsten zu vergebenden Spiele (von 1984) zu bewerben. Die Kosten der Ausrichtung erschienen nicht mehr tragbar. Abb.2 verdeutlicht das abnehmende Interesse an einer Bewerbung in dieser Periode.

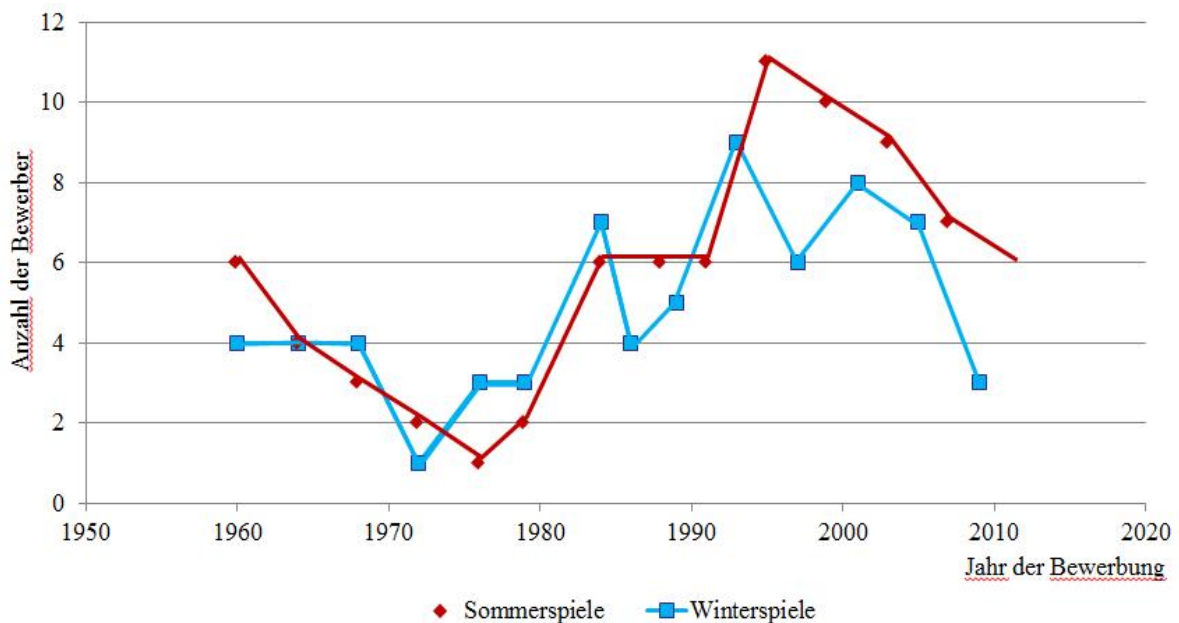


Abb.2 Anzahl von Bewerberstädten im Zeitpunkt der Bekanntgabe der Bewerbungsabsicht

Quelle: modifiziert und erweitert nach Preuss (2005, S. 427), www.gamesbid.com

Bezüglich der Spiele von Moskau 1980 fehlen abgesicherte Informationen, wenngleich stark anzunehmen ist, dass sie überwiegend staatlich finanziert wurden, da es das Ziel der Sowjetunion war, die Überlegenheit des kommunistischen Systems zu demonstrieren (siehe Ueberroth et al., 1985, S. 55-59). Nicht zuletzt die staatlich geförderten „Amateure“ des Ostblocks führten in dieser Periode zur Erkenntnis von Lord Killanin, damaliger amtierender IOC Präsident, den Amateurstatus im Sport mit der Finanzierungsfrage der Spiele in Verbindung zu bringen: „The word amateur unfortunately no longer refers to a lover of sports but, possibly, a lack of proficiency“ (Killanin, 1982, S. 43).

Die dritte Periode, 1981-96, wurde mit der Präsidentschaft von J.A. Samaranch eingeleitet. In ihr erfolgte die Öffnung der Spiele für professionelle Athleten in fast allen Sportarten, denn zum Ende der Präsidentschaft von Lord Killanin wurde das Wortes „Amateur“ aus der Olympischen Charter entfernt. Diese Änderung trug zu dem bis heute andauernden starken Anstieg der Einnahmen aus dem Verkauf von Sponsoring- und Medienrechten bei. Die Entwicklung globaler Märkte und weltweit agierender Unternehmen öffnete die Spiele für millionenstarke Sponsoringverträge. Zusätzlich führte der Druck, die Spiele ohne öffentliche Mittel zu finanzieren (Agreement, 1978), zum wahren Beginn der olympischen Kommerzialisierung. Bisher hatte man unter Sponsoring lediglich die sichtbare Verwendung von Unternehmenslogos verstanden, während die Sponsoren von nun an eine stärkere Partnerschaft mit der Olympischen Bewegung eingehen sollten und sich so breite Werbemöglichkeiten eröffneten. Der Ausblick auf hohe Vermarktungseinnahmen weckte in der Folge von 1984 das Interesse vieler Städte an einer Ausrichtung zukünftiger Olympischer Spiele. Diese fundamentale Veränderung führte die Olympische Bewegung letztlich in finanzielle Unabhängigkeit von den Ausrichtern und trug aber auch zum Ende der politischen und finanziellen Krisen der Spiele in den 70er und 80er Jahren bei (Hoberman, 1986).

Die ersten Spiele dieser Periode waren die in Los Angeles 1984. Bei der Wahl am 1. Juli 1978 gab es außer Los Angeles, das an den Bewerbungen um die Ausrichtung der Spiele von 1976 und 1980 scheiterte, keine anderen Kandidaten (siehe Abb.2). Das OCOG versprach, die Kosten der Stadt für Sicherheit, Transport und andere Dienste zu übernehmen, solange es durch die 0,5% Hotelsteuer und 6% Eintrittskartenaufschlag bezahlt werden konnte (Ueberroth et al., 1985, S. 121-2). Das Fehlen anderer Bewerber und der Mangel öffentlicher Subventionen ermöglichten es dem OCOG und zwangen es allerdings auch zugleich, vertragliche Konditionen durchzusetzen, denen das IOC ohne den Druck durch fehlende Alternativen nicht zugestimmt hätte (Hall, 1992, S. 159; Reich, 1986, S. 24; Ueberroth et al., 1985, S. 53). Nach langen Verhandlungen wurde die Olympische Charter geändert und der Stadt Los Angeles erlaubt, einige üblicherweise mit der Ausrichtung der Spiele verbundene (finanzielle) Auflagen der Spiele nicht zu erfüllen (siehe Olympic Charter 1978 im Vergleich zu der von 1979). Diese Spiele waren beispielsweise die ersten in der Geschichte ohne Verbindung zur Gastgeberstadt und die ersten, die vollständig aus privater Hand finanziert wurden. Es ist daher nicht überraschend, dass diese Spiele kein physisches olympisches Erbe hinterlassen haben, da kaum in die Infrastruktur und Sportstätten investiert wurde. Die Gesamtkosten der Spiele beliefen sich auf nur 684 Mio. US Dollar'00, die durch die Einnahmen des OCOG gedeckt wurden. Es gab sogar einen offiziellen Überschuss von 381 Mio. US Dollar'00, der zwischen dem Olympischen Komitee der USA (USOC), der Amateur Athletic Foundation und nationalen Einrichtungen zur Unterstützung des Olympischen Sports verteilt wurde (Taylor and Gratton, 1988, S. 34). Die Spiele von Los Angeles kennzeichnen den Übergang von öffentlich finanzierten zu privat finanzierten Spielen.

Jedoch blieb die Finanzierung durch die öffentliche Hand immer noch bedeutsam, nicht zuletzt auch deshalb, weil andere Nationen nicht die gleichen Möglichkeiten kommerzieller Finanzierung hatten wie die USA. Das Wachstum der Spiele und vor allem die staatlichen Interessen, die mit den Spielen verfolgt wurden (siehe Tab.1), führten weithin zu starker Beteiligung der Regierungen. Südkorea war beispielsweise sehr daran interessiert, die Olympischen Spiele von Seoul 1988 dazu zu nutzen, weltweit das schnelle wirtschaftliche Wachstum des Landes zu zeigen, seinen Status im internationalen Sport aufzuwerten und die diplomatischen Beziehungen mit kommunistischen und blockfreien Staaten zu verbessern (Park, 1991, S. 2-5). Zusätzlich wollte der Staat das Land für den Tourismus öffnen und koreanische Exporte forcieren. Letztlich wurden 53% der olympischen Kosten von der öffentlichen Hand übernommen (Kim et al., 1989 42), sodass der angebliche Überschuss von ca. 192 Mio. US Dollar'00 relativiert werden muss (Hill, 1992, S. 93).

Die Behörden Barcelonas nutzten die Spiele u.a. dazu, ordnungspolitische Ziele durchzusetzen. Man wollte die Sanierung der Stadt erreichen und in Konkurrenz zu Madrid als international attraktiver Standort für Industrie und Tourismus werben. Diese Ziele rechtfertigten die beträchtlichen öffentlichen Investitionen, die so aber letztlich die langfristige Vernachlässigung von Investitionen in die Strukturbereiche Freizeit, Kultur, Sport und Verkehrswesen ausglich (Millet, 1995 191). Trotz der öffentlichen Subventionierung in Höhe von 7 Mrd. US Dollar'00 betrug der Anteil der privaten Finanzierung der Spiele dank gesteigener Vermarktungseinnahmen noch 38%. Der offizielle Gewinn des OCOGs betrug allerdings nur 3,3 Mio. US Dollar'00 (Brunet, 1993, S. 113). Die steigenden Ausgaben von Sponsoren und TV-Sendern führten dazu, dass diese

darauf drängten, die Olympischen Winterspiele nicht mehr im gleichen Jahr wie die Sommerspiele zu veranstalten. Ziel war die Verteilung der Aufmerksamkeit und die Belastung der Budgets auf verschiedene Jahre. Dies war der wesentliche Grund dafür, die Winterspiele ab 1994 zwei Jahre vorzuziehen.

Ähnlich wie in Los Angeles 1984 lehnten die Bürger der Stadt Atlanta jegliche finanzielle Verpflichtung für die Spiele ab. Das OCOG musste daher auch hier hauptsächlich auf private Finanzierungsquellen zurückgreifen, was die Kommerzialisierung weiter vorantrieb. Kurz nach der Vergabe der Spiele an Atlanta, die als die bisher am stärksten kommerzialisierten Spiele bezeichnet werden können, erklärte IOC-Präsident Samaranch, dass die Vermarktung der Spiele der Olympischen Bewegung zwar zu finanzieller Unabhängigkeit verhalf, man jedoch bei der weiteren Kommerzialisierung immer daran denken sollte, dass der Sport sein Schicksal bestimmen können müsse und nicht von den Interessen der Sponsoren gelenkt werden dürfe (Samaranch, 1992). Mit Ausgaben in Höhe von 2,2 Mrd. US Dollar'00 hatten die Spiele 1996 im Vergleich zu Seoul und Barcelona dennoch ein sehr niedriges Budget (OK Atlanta, 1998, S. 222; siehe auch French und Disher, 1997, S. 384). Die Infrastruktur der Stadt änderte sich kaum, obwohl ein paar neue Sportstätten gebaut wurden. Nach den Spielen wurden die Olympischen Sportstätten den Bedürfnissen der Stadtbevölkerung angepasst, viele Einrichtungen wurden umgebaut, die Sitzplatzkapazitäten reduziert und temporär errichtete Anlagen verschwanden oder wurden an einem anderen Ort wieder aufgebaut (z.B. das Velodrom). Mit Ausnahme der öffentlich finanzierten Ruderanlage in Cumming, Georgia, wurden alle Sportstätten durch das OCOG finanziert. Das Ergebnis war, dass die Spiele keinen Überschuss generierten. Dies konterkarierte die Absichten des IOC, denn man hatte Atlanta auch aus dem Grund gegenüber Athen den Vorzug gegeben, die „Centennial Games“ auszurichten. Der erhoffte Gewinn sollte die Olympische Bewegung unterstützen. Stattdessen wurde er u.a. zur Finanzierung des Olympiastadions genutzt, das post-olympisch zum Baseballstadion der Atlanta Braves umgebaut wurde.

Die vierte und letzte Periode, 1997-2012, begann mit den Olympiaden von Nagano 1998 und Sydney 2000. Nach den negativen Erfahrungen mit dem von der Ausrichterstadt unabhängigen OCOG in Atlanta ist dieser Zeitabschnitt wieder durch eine stärkere öffentliche Finanzierung geprägt. Ab nun wurde die Anzahl der staatlichen Garantien, die das IOC einfordert, ausgeweitet und der jeweilige Staat sollte gemeinsam mit dem OCOG die Spiele vorbereiten. So hatte das OCOG von Sydney 2000 erstmals lediglich die Spiele zu organisieren, während die staatliche „Olympic Co-ordination Authority“ dafür verantwortlich war, die Infrastruktur für die Spiele auszubauen. Die Investitionen in die Infrastruktur betragen ungefähr 1 Mrd. US Dollar'00 (NSW Government, 2001, 6.5). Sydney kosteten die XXVII. Olympischen Spiele 4,8 Mrd. US Dollar'00 (Audit Office, 1999, S. 59, 161, 156, 157). Athen 2004 folgte dem Modell Sydneys und trennte die Organisation der Spiele von der Bereitstellung der notwendigen Infrastruktur. Durch die massiven Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur, in Sicherheit und (überdimensionierte) Sportstätten wurden diese Spiele zu den bis dahin teuersten. Die Angaben über die wirklichen Kosten der Spiele variieren stark, da zum Teil auch nicht-olympische Projekte wie der Neubau des Flughafens unter „olympische Kosten“ einkalkuliert wurden. Die Kosten der Spiele beliefen sich auf ca. 5-8 Mrd. US Dollar'00. Das Budget des OCOG betrug dabei – ähnlich wie bei den Spielen zuvor – lediglich 2,4 Mrd. US Dollar'00 (Athens OCOG 2003, S. 22). Auch der Ausbau der Infrastruktur und der

Sportstätten für die Olympischen Spiele von Peking 2008 wurde staatlich organisiert und von der chinesischen Zentralregierung und der Stadtregierung Pekings übernommen. Auch für diese Spiele liegen die Kosten für den Bau der Sportstätten und das OCOG im Rahmen der Olympiaden zuvor. Allerdings initiierten die Chinesen massive Infrastrukturprojekte, u.a. zur Luftverbesserung und Energieversorgung, sodass „olympische Kosten“ bis zu 45 Mrd. US Dollar'00 veranschlagt wurden. Die Stadt, die Region und der Staat hatten noch vor den Spielen von Gesamtinvestitionen in Höhe von 33.7 Mrd. US Dollar gesprochen, wobei nur 3.4 Mrd. US Dollar in den Bau von olympischen Sportstätten fließen sollten (Lin, 2004). London 2012 will mit seinen Olympischen Spielen den Osten der Stadt gentrifizieren und auch hier wird die Infrastruktur von der öffentlichen Hand finanziert. Neu ist, dass im Zuge der Vorbereitungen auf diese Spiele die Nachhaltigkeit jedes Projektes und jeder Baumaßnahme einen hohen Stellenwert bekommen hat. So will man den Bau überflüssiger Infrastruktur, wie sie teilweise in Athen 2004 entstanden ist, vermeiden.

Seit mehr als 25 Jahren hat die Kommerzialisierung einen maßgeblichen Einfluss auf die Olympische Bewegung. Die drohende Abhängigkeit von Sponsoren hat das IOC zu einer Neubewertung dieser Beziehungen gezwungen. Man will eine zu starke Kommerzialisierung vermeiden und die Olympischen Ideale wieder stärken. Dies erfolgt, indem das IOC die Sponsoren darüber aufzuklären versucht, wie man die Olympischen Ideale für kommerzielle Zwecke optimal nutzen kann, ohne diese zu schädigen. Auch aus diesem Grund hat J. Rogge, der amtierende IOC Präsident, die Olympischen Jugendspiele ins Leben gerufen. Außerdem will das IOC Langzeitverträge mit Sponsoren und Medienkonzernen abschließen, wovon man sich ein stärkeres Verantwortungsgefühl für die Marke „Olympia“ verspricht.

In dieser Periode übernahm das IOC die alleinige Kontrolle bei den Verhandlungen mit den Sponsoren und den Fernsehanstalten. Bediente man sich bisher des Know-hows von Agenturen und OCOGs, so wird mittlerweile die gesamte Vermarktung der Spiele vom IOC geleitet. Auf der einen Seite ist die Macht des IOC dadurch gegenüber den Ausrichtern gestiegen, auf der anderen Seite hat das finanzielle Risiko der Bewerberstädte abgenommen, da das IOC nun ungefähr 40 Prozent der Vermarktungseinnahmen für die Organisation der Spiele bereitstellt, noch bevor die Auswahl des nächsten Gastgebers erfolgt ist.

3. Ausgewählte Gewinner durch die Ausrichtung Olympischer Spiele

Die Bandbreite derjenigen, die von den Olympischen Spielen profitieren, ist groß und von Ausrichterstadt zu Ausrichterstadt durchaus unterschiedlich. Zur Identifikation der Stakeholder, die Nutzen bzw. Profit von den Spielen erwarten, sollen im Folgenden die Gruppen angesehen werden, die an der Finanzierung und Organisation der Spiele beteiligt sind. Die folgende Tabelle über die Interessen einzelner Stakeholder an der Organisation und Finanzierung der Spiele erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. In

Bezug auf verschiedene Spiele müssen die Interessen jeweils vor dem sozio-kulturellen, politischen und ökonomischen Hintergrund des betrachteten Landes reflektiert werden.

Tab 2: *Stakeholder, die von der Ausrichtung Olympischer Spiele profitieren*

| Stakeholder | Interesse |
|--|--|
| IOC-Mitglieder | kulturell / geographisch / Macht |
| Ausrichterland | Verbesserung internationaler Beziehungen / positive psychologische Aspekte für die Bevölkerung / Chance, der Welt Veränderungen im eigenen Land zu zeigen (z.B. Modernisierung) |
| Ausrichterstadt und ihre Politiker | zunehmender Tourismus / eine 'globale Stadt' werden / mehr Aufmerksamkeit im Vergleich zu ähnlich großen Städten bekommen bzw. mehr Aufmerksamkeit von der Hauptstadt bekommen / ökonomischer Impuls / beschleunigte Stadtentwicklung / Karrierechancen / neue Arbeitsplätze |
| Bauwirtschaft/ Tourismusbranche | zusätzliche lokale Nachfrage nach Bauleistungen / bessere Chance im Wettbewerb um internationale Großprojekte |
| Sponsoren | verbesserte Beziehungen zu Kunden, Lieferanten, Partnern und Mitarbeitern |
| Medienkonzerne/ Netzwerke | erhöhte Einschaltquoten und dadurch lukrativer Verkauf von Werbezeiten |
| NOKs | Finanzmittel durch Verkauf der Medienrechte über das „Olympic Solidarity Programm“ / Finanzmittel durch Verkauf der weltweiten Sponsoringrechte (TOP) / Gewinnenbeteiligung vom OCOG (wenn NOK des Ausrichterlandes) |
| Internationale olympische Fachverbände | Finanzmittel durch Verkauf der Medienrechte |

Quelle: modifiziert und erweitert nach Preuss (2005, S. 421-2)

Die hier aufgeführten Interessen beziehen sich auf wiederkehrende Muster, sind aber aufgrund der charakteristischen sozio-kulturellen, politischen, historischen und ökonomischen Gegebenheiten der einzelnen Länder nicht per se zu verallgemeinern.

I. IOC-Mitglieder

Die erste Anspruchsgruppe sind die IOC-Mitglieder (Shareholder). Sie hegen den kollektiven Wunsch, die Spiele an die Städte zu vergeben, die sie möglichst erfolgreich entwickeln, um über deren glorreiche Ausrichtung den Fortbestand und damit auch die Macht des IOCs zu sichern. Das IOC hat nur zwei Produkte, die Olympischen Spiele und die Olympischen Jugendspiele, und organisiert selbst keinen Sport. Daher ist es vom Erfolg der Ausrichtung der Spiele hochgradig abhängig. Je mehr Städte sich in Zukunft um die Olympischen Spiele bewerben, desto größer sind – im Wettbewerb untereinander – die Versprechen der Bewerber, diese perfekt zu organisieren und die notwendige

Infrastruktur (und oft sogar mehr) bereitzustellen (Preuss, 2004). Unter den IOC-Mitgliedern gilt es jedoch kulturell geprägt Untergruppen zu beachten. Nach Huntington (1996, S. 315-16) hat dies Einfluss darauf, welchem Bewerber die IOC-Mitglieder ihre Stimme geben (siehe auch Persson, 2000, S. 157-61; Preuss, 2000).

II. Ausrichterland

Eine weitere Anspruchsgruppe sind die Regierungsmitglieder des Ausrichterlandes. Heute wird eine staatliche Beteiligung an der Finanzierung der Spiele vom IOC vorausgesetzt, denn alle Gelder, die über die Olympischen Spiele eingenommen werden, müssen auch wieder für diese ausgegeben werden. Das heißt, dass die Infrastruktur und die allgemeine Sicherheit über Steuermittel finanziert werden müssen. Eine Beteiligung der öffentlichen Hand an der Ausrichtung der Spiele erfolgt dabei direkt und indirekt. Direkt führt die wirtschaftliche und infrastrukturelle Aufwertung der Olympiastadt/-region, sofern nachhaltig geplant, zu regionalem Wachstum, zusätzlicher Beschäftigung und erhöhtem Einkommen. Die durch die Spiele erweckte Dynamik und ihre weltweite Medienpräsenz ermöglichen dabei häufig Entwicklungen, die ohne bevorstehende Spiele politisch nur schwer umzusetzen wären. Indirekt kann Nutzen entstehen, wenn es ein Anliegen des Staates ist, über möglichst perfekt organisierte Spiele Reputation aufzubauen, internationale Beziehungen zu pflegen, innenpolitische Ziele zu verwirklichen oder die Überlegenheit seines politischen Systems zu demonstrieren. Bei den meisten Olympischen Spielen haben sicherlich mehrere dieser Gründe zu der Bereitschaft geführt, dass sich der Staat mit öffentlichen Mitteln an der Finanzierung der Spiele beteiligte. Allerdings sind die genauen Wirkungen einer Beteiligung des Staates an den Spielen in Bezug auf Wirtschaftswachstum, Arbeitsplätze oder außenpolitische Wirkungen nur schwer zu ermitteln (Sterken 2007; Preuss et al 2009; Preuss et al 2011). Gründe für die Ablehnung einer finanziellen staatlichen Unterstützung sind häufig die fehlende Zuversicht, die zuvor genannten Effekte zu erzielen, sowie das Risiko einer möglichen Verschuldung, die Notwendigkeit zum Bau von Infrastruktur ohne Folgenutzung oder die politische Sorge darum, dass man ungewollt (sozial ungerechte) Umverteilungen von öffentlichen Mitteln vornimmt (Preuß & Solberg 2006).

Generell bieten Olympische Spiele einer Ausrichterstadt und dem Land die beste Gelegenheit, Aufmerksamkeit zu erregen. Die Sponsoren werben mehrere Jahre vor den Spielen mit ihrer Verbindung zu den Spielen und nennen die Ausrichter in ihren Werbebotschaften. In den Monaten vor der Eröffnungsfeier schreiben Pressevertreter Vorberichte über „Land und Leute“. Im direkten Vorfeld der Spiele erzeugt dann der Olympische Fackellauf zusätzliches Medieninteresse. Für Peking 2008 wird angenommen, dass 3,6 Mrd. Menschen weltweit wenigstens eine Minute von den Spielen gesehen haben. Dies wären 83% der Menschen, die Zugang zu Fernsehgeräten haben, oder auch 53% der gesamten Weltbevölkerung (IOC, 2012b, S. 2). Die Art, Qualität und das Ausmaß der Werbung hängen vom Gastgeber und den Medienvertretern ab. Für Sydney entwickelte beispielsweise die Australian Tourist Commission (ATC) ein strategisches Konzept, mit dem mehr als 1.000 Einzelprojekte umgesetzt wurden. Unter anderem sorgte man nicht nur für gute Arbeitsbedingungen der Medienvertreter, sondern stellte auch viele zusätzliche Informationen über Australien und Sydney zur Verfügung (ATC, 2001, S. 3).

Preuss & Alfs (2011, S. 65) analysierten Internetberichte über die Olympischen Spiele 2008 in Peking und die Art und Weise, in der die Medien aus China, USA, Europa und dem „Rest der Welt“ über diese berichtet haben. Die Interpretation erfolgte unter Verwendung von Signaling-Theorien (Principal-Agent-Theorie mit Bezug auf „adverse selection“ und Informationsasymmetrien sowie dem Signalling durch „demonstrativen Konsum“ zum Aufbau symbolischen Kapitals). Zwischen dem 1. Juli und dem 30. September 2008 wurden 740 Nachrichten bzw. Berichte mit Hilfe von Google Alerts und dem Suchwort „Olympic Games Beijing 2008“ gesammelt. Diese wurden mit Hilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse unter Verwendung eines Kodierplans analysiert. Die Ergebnisse zeigen, dass China die Spiele vorrangig nutzte, um Informationsasymmetrien im Hinblick auf die Aufklärung von potenziellen Geschäftspartnern und Investoren aufzuheben. Die vier geografischen Gebiete zeigen unterschiedliche inhaltliche Kommunikationsmuster bezüglich der Olympischen Spiele. Der Erfolg Chinas, die Informationsunterschiede im positiven Sinne zu beseitigen, ist insgesamt gelungen, wurde aber durch mehrere negative Nachrichten abgeschwächt.

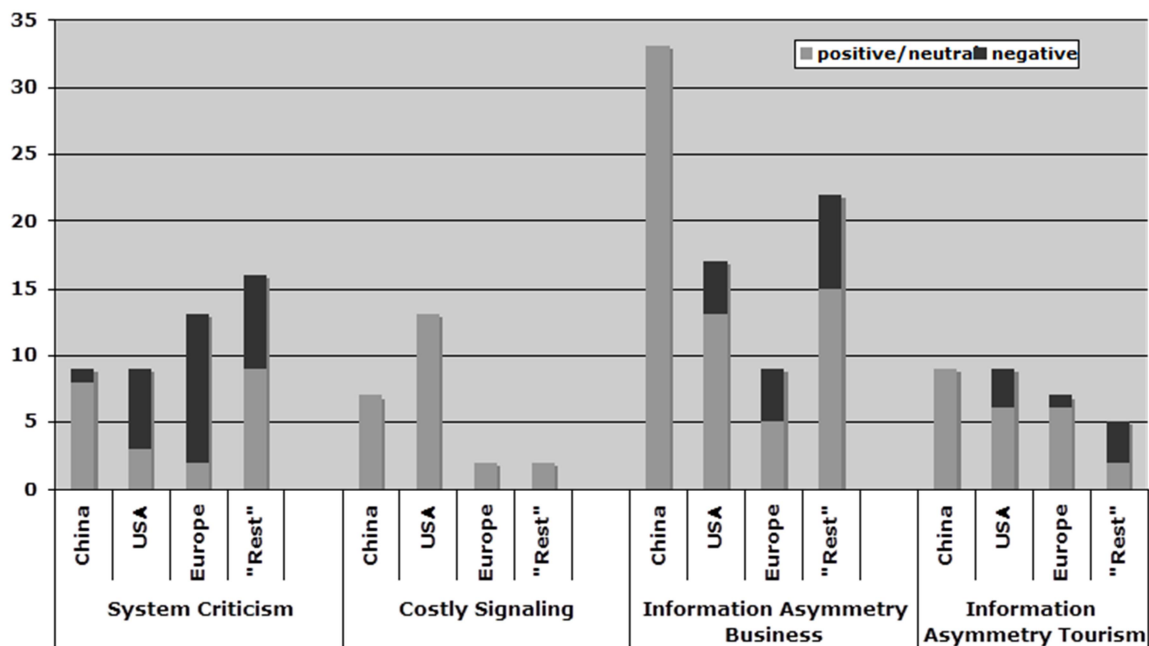


Abb. 3: Verteilung von Berichten nach Kategorie, Herkunft und Wert

Quelle: Preuss, H. & Alfs, C. (2011, S. 65).

III. Ausrichterstadt und ihre Politiker

Eine weitere Anspruchsgruppe sind die Politiker der Ausrichterstadt. Im Vergleich zum Territorium eines Staates ist der durch die Spiele ausgelöste wirtschaftliche Impuls für die Ausrichterstadt relativ gesehen größer. Die Investitionen in der Stadt erhöhen deren Attraktivität für Touristen und internationale Investoren, da sich einige Standortfaktoren bessern (Dunn and McGuirk, 1999, S. 20; Hall, 1992, S. 17; Persson, 2001; Weirick, 1999, S. 70). Oft ist jedoch auch eine Instrumentalisierung der Olympischen Spiele zur Lösung städtischer Probleme zu erkennen. Beispielsweise hat Barcelona im Zuge der Spiele 1992

nach vielen Jahren vergeblicher Verhandlungen eine Ringautobahn bauen können, um den innerstädtischen Verkehr zu reduzieren, Athen hat einen neuen Flughafen außerhalb der Stadt und ein leistungsstarkes Metro-Netz gebaut, Peking hat stark aufgeforstet und Industrie umgesiedelt, um das Stadtklima zu verbessern und London gentrifiziert den Osten der Stadt. Alle diese Beispiele erscheinen zunächst positiv, Verlierer sind dabei aber diejenigen, die umgesiedelt werden.

Ein Ziel der Stadtpolitiker ist es häufig auch, im eigenen Land mehr Geltung, Aufmerksamkeit und letztlich Subventionen zu erlangen. Beispielsweise kam Barcelonas Impuls zur Olympiabewerbung zum Teil durch das Streben nach lokaler Autonomie in Spanien, während Atlanta den nördlichen US-Bundesstaaten das Leistungsvermögen des Südens demonstrieren wollte. Peking schließlich nutzte die Spiele auch, um dem Rivalen Shanghai nationale Geltung abzurufen. Die Gastgeberstädte wollten ihre Produktivität und Fähigkeit nicht nur der Welt als Ganzes zeigen, sondern vor allem ihren Rivalen.

Falls eine Stadt die geplanten Infrastrukturvorhaben nicht fristgerecht zum Beginn der Spiele abschließt, würde sie zur Zielscheibe weltweiter Kritik werden und das Image der Stadt wäre massiv geschädigt. Dies wurde vor allem bei der Vorbereitung der Spiele in Athen 2004 und in Turin 2006 deutlich. Nachdem die Olympischen Spiele an eine Stadt vergeben wurden, entsteht daher erheblicher Zeitdruck, der nicht selten zu einem Aufbrechen verhärteter politischer Positionen in der Stadtplanung führt. Es ist die Sorge, sich zu blamieren, die dann zu beschleunigter Stadtentwicklung führt (Cox et al., 1994, S. 35; Daume, 1976, S. 155; Garcia, 1993, S. 263; Geipel et al., 1993, S. 296). In München 1972 soll die Stadtentwicklung ca. 10 Jahre schneller verlaufen sein als ohne die Spiele. Mit Ausnahme der privat finanzierten Olympischen Spiele in Los Angeles und Atlanta nutzten bisher alle Stadtväter die Spiele als Argument für eine beschleunigte Stadtentwicklung und realisierten so bereits seit langem geplante Veränderungen in kurzer Zeit. Vielfach half der Aufmerksamkeitsdruck von außen dabei, interne politische Konflikte zu lösen und Blockaden zwischen Planern, Politikern und Bürgern – wichtige Projekte betreffend – zu durchbrechen.

Allerdings liegt im Termindruck und in den Ansprüchen des IOC in Bezug auf die Qualität und Größe der Sportstätten auch die Gefahr, nicht effizient zu wirtschaften oder Interessen von Minoritäten zu übersehen. Außerdem kann Zeitdruck, wie Hall (1992, S. 131) beschreibt, auch zu einer Auflockerung von Umweltrichtlinien führen oder sogar ökologisch höherwertige Projekte verdrängen. Daher kann nicht per se davon ausgegangen werden, dass die Ausrichtung der Spiele das beste Mittel ist, um die Wirtschaft einer Region anzukurbeln (Baade und Matheson, 2002, S. 145; Szymanski 2003).

In diesem Zusammenhang erscheint es sinnvoll, der Frage nachzugehen, ob die notwendigen Investitionen in die Infrastruktur der Spiele auch zu der bestmöglichen Verwendung der Finanzmittel für die Ausrichterstadt führen, wie Szymanski (2002, S. 3) dies fordert. Dies hängt sehr stark davon ab, ob der Bedarf an Infrastruktur zur Ausrichtung der Spiele mit den zukünftigen strukturellen Bedürfnissen der Stadt übereinstimmt. Außerdem muss politisch entschieden werden, was in der Stadt überhaupt „produziert“ werden soll. Krankenhäuser produzieren medizinische Versorgung, Schulen und Universitäten produzieren Bildung und Olympische Spiele produzieren weltweite Aufmerksamkeit und Unterhaltung. Die Organisatoren von

London 2012 sehen dabei nicht nur auf die Produktivität, sondern außerdem auf die wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit jeglicher für die Spiele neu geschaffener oder veränderter Strukturen. Für 2012 versucht man, der Forderung nach zunächst Vermeidung und dann Verminderung negativer Umweltauswirkungen zu genügen, und in den Fällen, in denen dies nicht möglich ist, dies mit entsprechenden Umweltleistungen auszugleichen (Levett, 2004, S. 69-89).

Die Neugestaltung früherer Industriebrachen ist oft sehr teuer, aber der Nutzen, der durch die Aufwertung der städtischen Region für die Umwelt entsteht, könnte die Kosten langfristig kompensieren. Eine Beseitigung von Industriebrachen bedeutet eine Aufwertung der Stadt und ist zunächst einmal als positiv für die gesamte Stadtbevölkerung zu beurteilen.

Tab.3: Nutzung von Industriebrachen für die Olympischen Spiele

| | Vorherige Verwendung ausgewählter Gebiete (ökologische Sicht) | Verwendung ausgewählter Gebiete nach den Spielen (Nutzen für die Bevölkerung) |
|----------------|---|---|
| München 1972 | stillgelegte Anwesen, Trümmer, Brachland | Olympiapark, Verkehrsanbindung, Erholungsgebiet, Wohnraum |
| Montreal 1976 | Brachland | Olympiapark, Erholungsgebiet |
| Seoul 1988 | verschmutzte Standorte (Chamsil, Han River) | Olympiapark, Freizeitanlagen (Sportstätten), Wasseraufbereitung, Erholungsgebiet |
| Barcelona 1992 | verfallene Industriefläche, alte Eisenbahnstrecken, heruntergekommene Häfen, Brachland | Wohnraum, Hafenambiente, Parks, Dienstleistungskomplex, Erholungsgebiet, Sport |
| Atlanta 1996 | Heruntergekommene Standorte, unterentwickelte Wohngegend (Stadtzentrum) | Bürogebäude, Erholungsgebiet |
| Sydney 2000 | verschmutzte Standorte, Brachland, Mülldeponie | Olympiapark, Wohngebiet, Erholungsgebiet, 100.000 Bäume und Büsche wurden gepflanzt |
| Athen 2004 | Flughafengelände, Militärgelände und Industriegelände in Küstenregion | Erholungsgebiet, Feuchtgebiet Ökosystem, Strandlandschaft |
| Peking 2008 | unterentwickelte Wohngegend | Erholungsgebiet, 1 Mio. Bäume wurden in der Stadt gepflanzt Aufrüstung und Stimulation der wirtschaftlichen Aktivität, Wohnraum, kommunale Einrichtungen und Infrastruktur |
| London 2012 | Industriegelände (Lower Lea Valley) | wirtschaftlichen Aktivität, Wohnraum, kommunale Einrichtungen und Infrastruktur |

Quellen: Preuss, 2008, S. 429 ; Garcia, 1993, S. 251-70; Geipel et al., 1993, S. 287-9; Lee, 1988, S. 60-1; Levett, 2004, S. 82; Meyer-Künzel, 2001; OCA, 1998; Pyrgiotis, 2001 ; Preuss, 2005, S. 429

Die strukturelle Wandlung einer Stadt im Zuge der Spiele verändert auch das Verhältnis von öffentlichen und nicht-öffentlichen Plätzen (Siebel, 1994: 18). Öffentliche Plätze werden privatisiert, wenn sie für kaufkräftige erwachsene Abnehmer saniert werden, anstatt Lebensraum für Kinder, ältere Leute oder Arme zu schaffen. Dadurch verliert die Stadt ein Hauptelement ihrer Urbanität, nämlich ihre Offenheit gegenüber der Öffentlichkeit im Ganzen. Gastgeberstädte meinen die Qualität öffentlicher Plätze durch die Errichtung von Fußgängerzonen und öffentlichen Parks zu verbessern, meist dominieren in diesen Fußgängerzonen jedoch Geschäfte für Wohlhabende und in den Parks werden oft gebührenpflichtige Events veranstaltet. Ärmere soziale Gruppen werden dadurch von Freizeitmöglichkeiten ausgeschlossen oder durch hohe Preise aus dem Markt für Wohnungen gedrängt, da es einfachen und für sie bezahlbaren Wohnraum nicht mehr gibt. Die Gentrifizierung von Wohngebieten erzeugt exklusive Wohnungen nahe dem Stadtzentrum in einer attraktiven und lebhaften Stadtatmosphäre (Development Action Group, 1996, S. 9).

Damit ist auch schon die nächste Anspruchsgruppe angesprochen, die von Olympischen Spielen profitiert, nämlich die mittlere und obere Schicht. Diese profitiert wesentlich von einem breiteren Angebot in der Stadt und den gentrifizierten Räumen.

Letztlich kann die Verbindung der Stadtpolitiker zu den Spielen auch das Image der Politiker verbessern. In den Medien werden die Namen der Politiker anlässlich der Spiele oft erwähnt, was es ihnen erlaubt, „sich im Ruhm anderer zu sonnen“ (Snyder et al., 1986).

IV. Bauwirtschaft und Tourismusbranche

Steht bei den Kosten-Nutzen-Überlegungen der öffentlichen Hand die Verbesserung des Allgemeinwohls im Mittelpunkt, so sind es bei der Privatwirtschaft der Gewinn und die Steigerung des individuellen Nutzens. Im Zuge der Vorbereitung und Ausrichtung Olympischer Spiele profitieren viele Unternehmen von den Investitionen der Stadt, insbesondere die Bauwirtschaft und das Tourismusgewerbe.

Die Bauwirtschaft profitiert von den Infrastrukturinvestitionen, die bereits sieben Jahre vor der Ausrichtung der Spiele beginnen. Während eines (regionalen) wirtschaftlichen Booms steigt durch die zusätzliche Nachfrage mitunter der Preis für Bauarbeiten. Dies bedeutet, dass die Firmen für dieselbe Arbeit mehr einnehmen. Herrscht hingegen Rezession, erhalten die Firmen zusätzliche Aufträge, die sie ansonsten nicht erhalten würden. Außerdem steigt der Bekanntheitsgrad der Bauunternehmen, insbesondere wenn sie „Leuchtturmprojekte“ wie den Bau eines Olympiastadions verwirklichen. Die folgende Abbildung zeigt bestehende und noch zu realisierende Infrastrukturprojekte zur Ausrichtung Olympischer Spiele in Rio de Janeiro. Als Ausrichter Olympischer Spiele 2016 muss die Stadt, obwohl sie bereits 2007 die Pan American Games ausrichtete, noch zwölf Sportstätten sowie zahlreiche Hotels bauen.

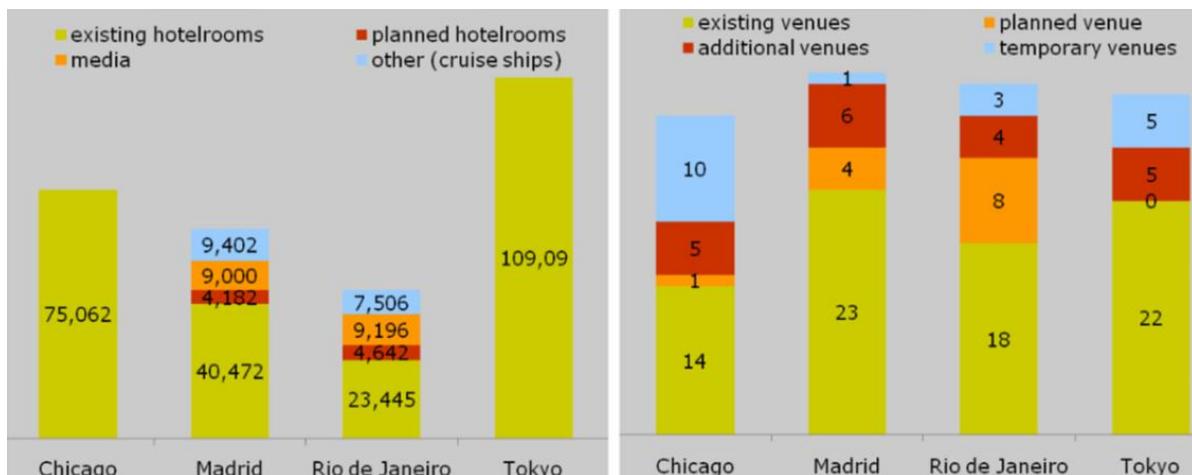


Abb. 4: Hotelangebot (links) und Sportstättenangebot (rechts) bei Bewerberstädten um die Ausrichtung der Olympischen Spiele 2016

Quellen: Mini Bid Books Candidate Cities 2016.

Abb. 5 zeigt den olympiabedingten ökonomischen Primärimpuls im keynesianischen Modell des Konsum- und Einkommenskreislaufs. Dieser speist sich vor allem durch die autonomen Konsumausgaben der Touristen sowie der des OCOGs. Unter Berücksichtigung von Lagerveränderungen, Importen und Verdrängungen ergibt sich daraus die auf die regionale Wirtschaft wirkende erhöhte Nachfrage. Diese wird unmittelbar die Produktion steigern (Dienstleistungen und Sachgüter) und damit zu Arbeitsplätzen und Einkommen führen. Das so erhöhte Einkommen induziert – nach Abzug von Steuern und der marginalen Sparquote – weitere Nachfrage, die dann ebenfalls die Nachfrage steigert usw. (Multiplikatoreffekt).

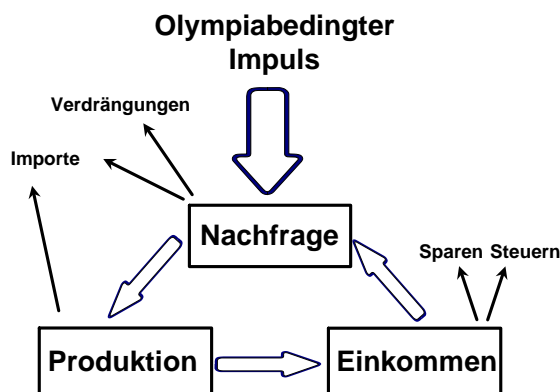


Abb.5: Keynesianisches Modell des Konsum-/Einkommenskreislaufs

Quelle: Preuss (1999, S.66)

Unter Berücksichtigung dieser Zusammenhänge kann man auch den ökonomischen Nutzen Olympischer Spiele in einem Entwicklungsland bestimmen. Die autonomen Ausgaben, also die der Stadt zusätzlich zufließenden Mittel, beschränken sich auf die der Touristen, der Olympischen Familie und des OCOG. Bei Berechnung des Primäreffekts wird man aber feststellen, dass ein Teil der olympiabedingten Nachfrage nicht zu autonomen Ausgaben im Land oder der Region der Olympiastadt führt, da viele der nachgefragten Produkte nicht in der Stadt oder im Ausrichterland produziert werden,

sondern importiert werden müssen. Somit fällt der einkommenswirksame Primäreffekt in Entwicklungsländern sehr gering aus. Dieses Beispiel verdeutlicht, dass die Gewinner Olympischer Spiele nicht in allen Austrichterstädten dieselben sind.

V. Sponsoren

Viele Unternehmen sehen in den Spielen eine einzigartige Gelegenheit, Geschäfte anzubahnen, Kontakte zu knüpfen und das Image zu verbessern. Die weltweite Wahrnehmung und die positiv besetzten Assoziationfelder, die durch das Symbol der Olympischen Spiele erzeugt werden, lassen die Olympischen Spiele zu einer wertvollen Werbeplattform werden. Die Unternehmen, die Sponsoren, Supporter oder Ausrüster der Spiele sind somit eine weitere Gruppe, die von den Spielen profitiert, denn andernfalls würden sie nicht so viel Geld in die Möglichkeit investieren, sich mit den Spielen zu verbinden.

Das IOC als Shareholder erhielt für seine Organisation 7,5% der Sponsoringeinnahmen von Vancouver 2010. „the IOC shall receive, from the gross contracted amount, seven and a half percent (7.5%) of the value of the cash consideration of all contracts pertaining to the marketing plan and the Joint Marketing Programme“ (HCC 18.6.2003, 24). Die folgende Abbildung zeigt schematisch die Struktur der Geldflüsse und Rechtevergaben zwischen 1996 und 2004. Nach 2004 trat eine Veränderung insofern ein, als dass die Agentur „Meridian“ aufgelöst wurde und das IOC nun ‚inhouse‘ mit den Sponsoren verhandelt.

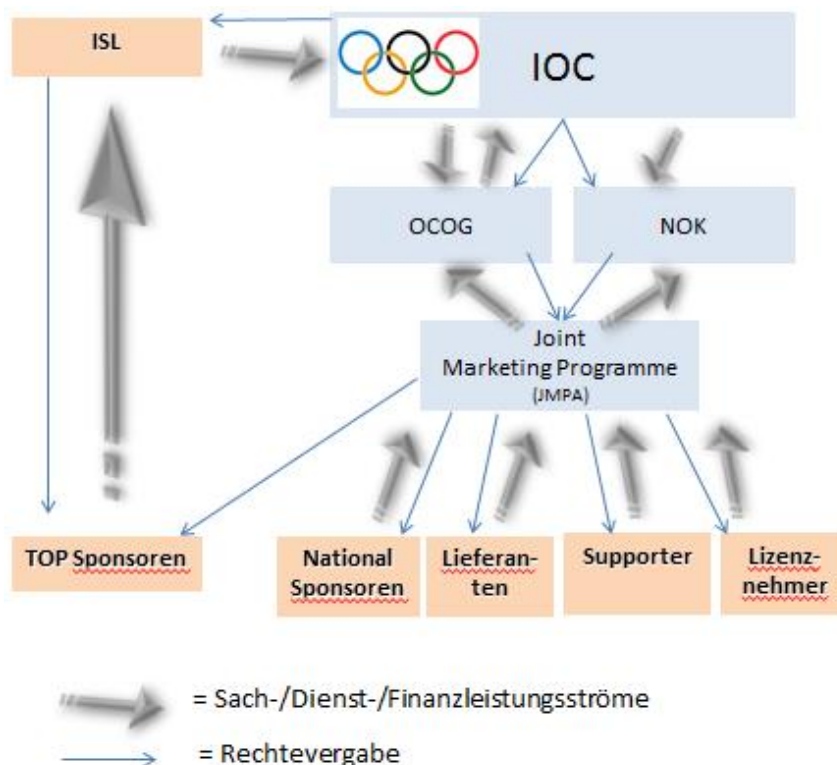


Abb.6: Sach-/Dienstleistungs-/Finanzströme und Rechtevergabe im Rahmen OK-unterstützender Marketingprogramme

Quelle: Preuss (1999, S. 170)

Das IOC besitzt alle Rechte an den Olympischen Emblemen. Es gibt für die NOKs eigene Vermarktungssignets frei, die die Ringe enthalten können (IOC, 2011, S. 23–26). Die NOKs können diese dann auf ihrem Territorium vertreiben. Auf nationaler Ebene haben ferner die OCOGs das ausschließliche Recht an ihren spezifischen Emblemen und Maskottchen, da sie durch ein „Joint-Marketing Agreement“ für vier Jahre allein über die Vermarktung im Ausrichterland bestimmen können, um die Exklusivität der Sponsoren zu schützen.

VI. TV-Sender

Eine weitere von den Spielen profitierende Anspruchsgruppe sind die Medienkonzerne. Die mediale Übertragung der Spiele ist der Schlüsselwert für den kommerziellen Erfolg der Spiele. Die Medienkonzerne, inklusive der neuen Medien, profitieren von den Spielen, indem sie durch diese einen Reputationsgewinn erzielen und letztlich durch hohe Einschaltquoten ihre Werbeflächen teurer verkaufen können. In Bieterwettbewerben, die heute meist einer einseitigen, verdeckten Auktion gleichkommen, versuchen die verschiedenen Sendeanstalten, Medienagenturen und neuerdings auch Netzbetreiber, die Fernseh- und Internetrechte an attraktiven Sportveranstaltungen zu erwerben. Wie viel dies den Sendern wert ist, zeigt die Entwicklung des Verkaufs der TV-Rechte durch das IOC. NBC kaufte kürzlich die Rechte für Sotschi 2014, Rio 2016 und Pyeongchang 2018 zu einem Rekordpreis von 4,38 Mrd. US\$ (F.A.Z. 2011).

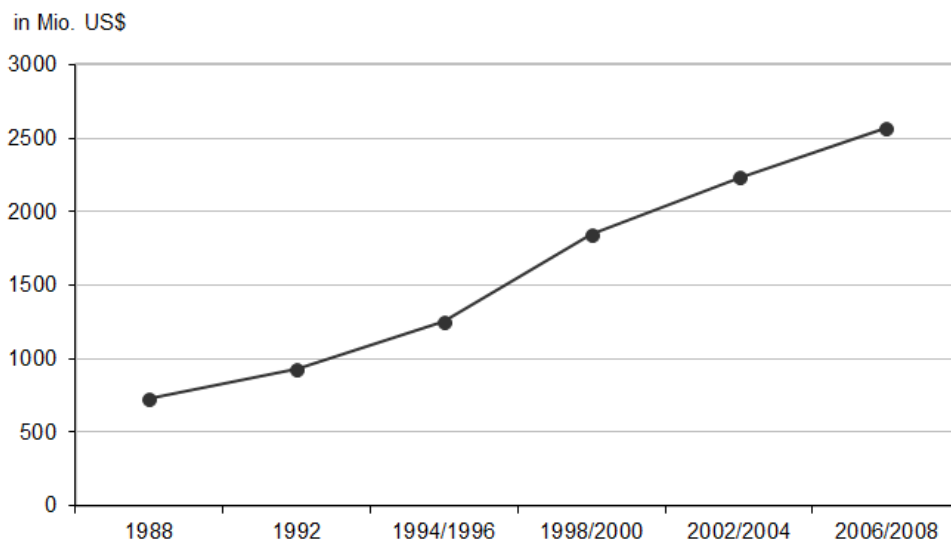


Abb. 7: Einnahmeentwicklung für TV-Übertragungsrechte Olympischer Spiele pro Olympiade

Quelle: IOC (2012, S. 26)

Die wachsende Bedeutung der Sportberichterstattung in den elektronischen Medien ist nicht zu übersehen (Summerer 1998, S. 278-280). Insbesondere das sich ändernde Freizeitverhalten hat großen Einfluss auf die Fernsehnachfrage, denn Freizeitaktivitäten konkurrieren mit der verfügbaren Zeit zum Fernsehen. Attraktive Sportübertragungen können einem Sender leicht die Tagesmarktführerschaft bringen. Exemplarisch zeigt Abb.8 die Einschaltquote der Eröffnungsfeier der Olympischen Spiele von Athen 2004. Über den ganzen Abend gesehen, schwankt die Nachfrage kaum. Die kleinen sichtbaren

„Peaks“ sind wahrscheinlich durch die Werbepausen der anderen Sender bedingt, da das ZDF nach 20 Uhr laut Rundfunkstaatsvertrag keine Werbeunterbrechungen mehr macht (RStV §45).

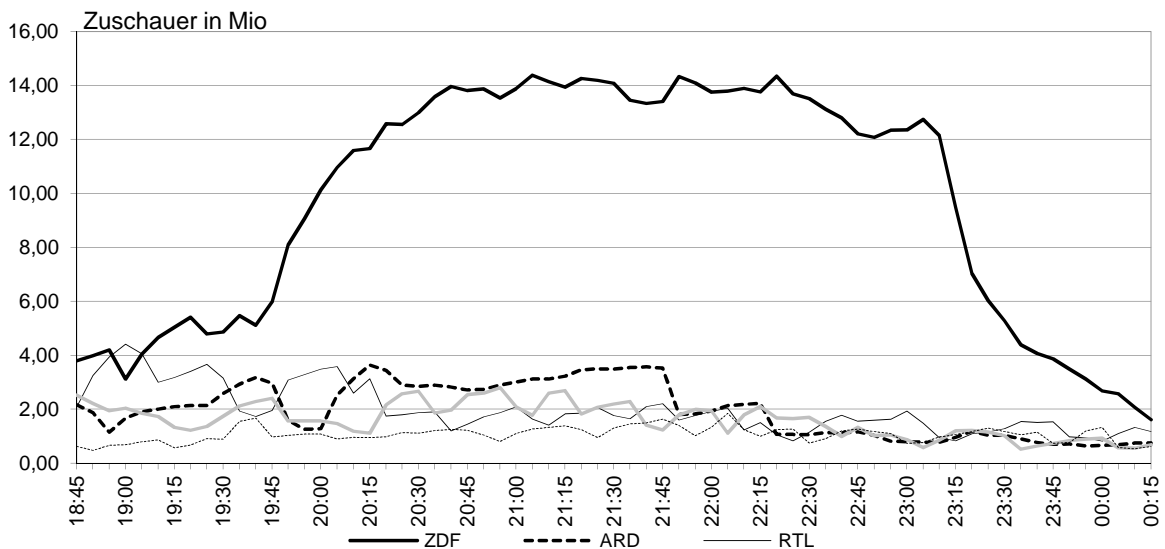


Abb. 8: Eröffnungsfeier der Olympischen Spiele in Athen 2004 am 13.8.2004 im ZDF

Quelle: ZDF Medienforschung 2005

VII. Nationale Olympische Komitees & Internationale Fachverbände

Die letzte Anspruchsgruppe, die in diesem Beitrag behandelt werden soll, ist die Olympische Familie (IOC, NOK und IFs). Während auf der einen Seite die Medienkonzerne von den hohen Einschaltquoten profitieren und die Sponsoren von der Werbemöglichkeit mit den Olympischen Emblemen, ist es auf der anderen Seite die Olympische Organisation, die dafür das Geld erhält. Die Verteilung der Einnahmen des IOC durch den Verkauf der Sponsoren- und TV-Übertragungsrechte erfolgt nach festen Schlüsseln, die sich im Laufe der letzten Jahre immer wieder leicht verändert haben. Die Abbildungen 9 und 10 geben einen Überblick, wie die Verteilungen grundsätzlich vorgenommen werden.

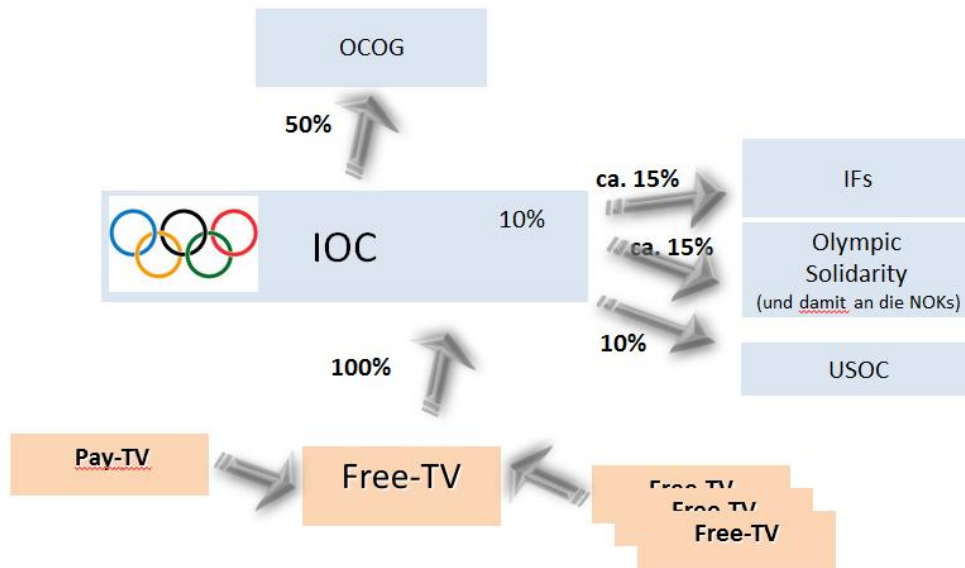


Abb. 9: Verteilung der Einnahmen aus dem Verkauf der TV-Übertragungsrechte

Quelle: modifiziert nach Preuss (2001)

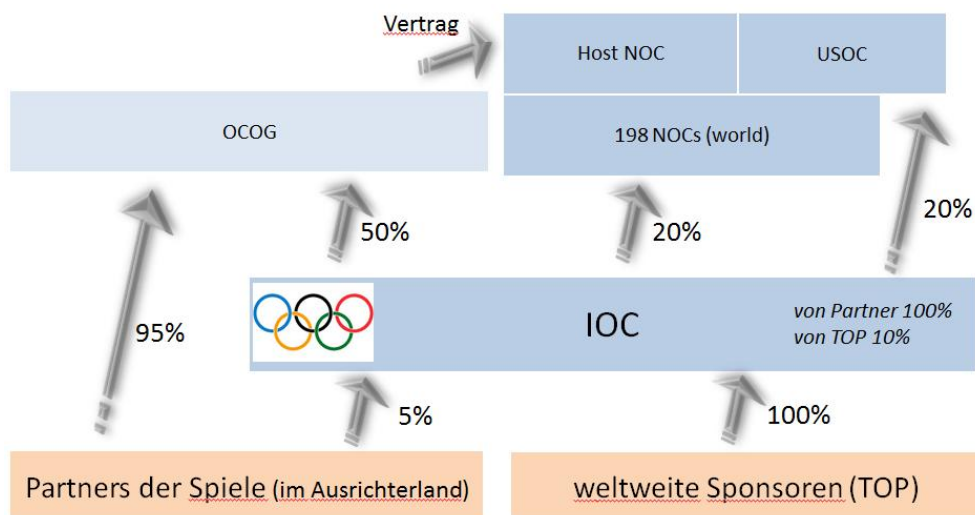


Abb. 10: Verteilung der Einnahmen aus dem Verkauf der Sponsorenrechte

Quelle: modifiziert nach Preuss (2001)

Das IOC behält für seine Verwaltung und als Sicherheitsreserve nur einen einstelligen prozentualen Anteil ein, während der überwiegende Teil der Einnahmen an die Internationalen Sportverbände und die NOKs weitergegeben wird. Der größte Anteil fließt bisher aber an die OCOGs der Ausrichter. Der frühzeitige Verkauf der Rechte erlaubt es dem IOC, den Ausrichtern heute bereits bei der Vergabe der Spiele, also sieben Jahre vor der Ausrichtung, eine finanzielle Garantie zu geben. Während diese bisher prozentual an die Einnahmen gekoppelt war, ist man kürzlich auf einen festen Betrag der Beteiligung an den Organisationkosten übergegangen, sodass die Abb. 9 und 10 in Bezug auf die Abgaben an die OCOGs korrigiert werden müssten und nun vor allem die Olympische Familie an Steigerungen in der Vermarktung profitiert.

Die Höhe der bisherigen Gewinnbeteiligung ist in Abb. 11 dargestellt. Dabei wird deutlich, dass die 26 IFs etwas stärker als die 205 NOKs profitieren.

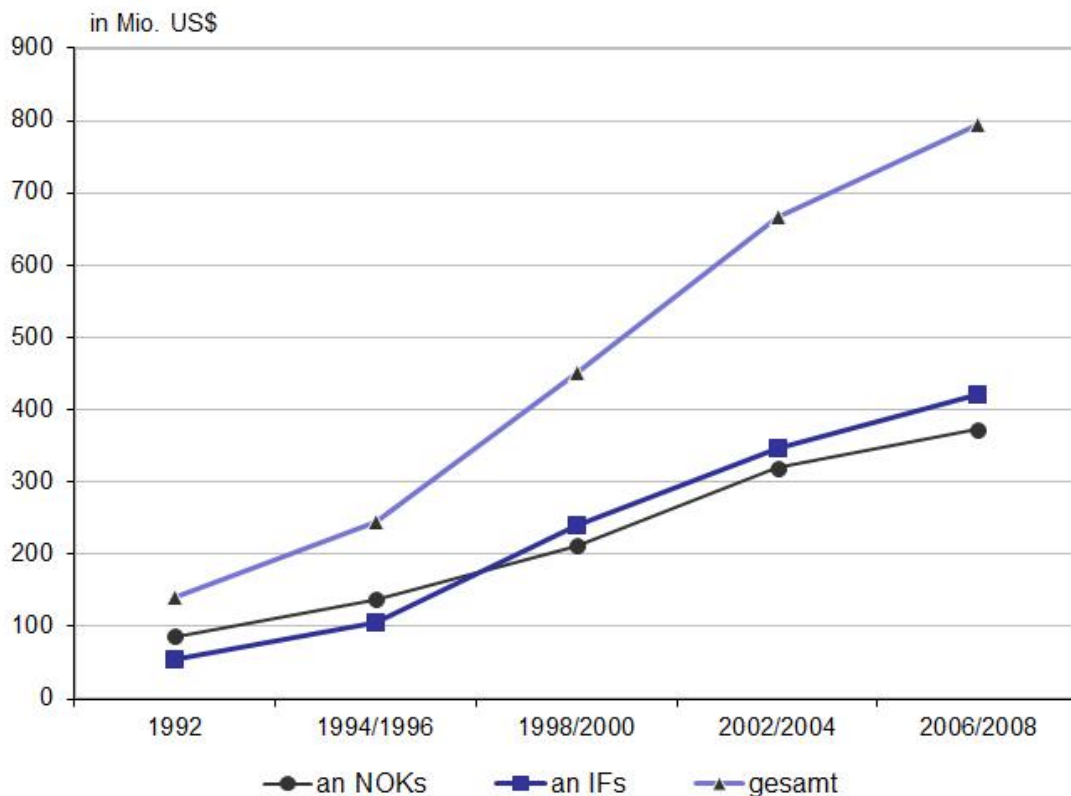


Abb. 11: Verteilung der Vermarktungseinnahmen an NOKs (ohne das USOC und das NOK des Ausrichterlandes) und IFs

Quelle: IOC (2012, 8-9)

4. Zusammenfassende Betrachtung

Die Ausführungen haben die unterschiedlichen Nutznießer Olympischer Spiele gezeigt. Dies sind bei allen Spielen mehr oder minder dieselben Gruppen, wenn auch in unterschiedlichem Maße. Zusammengefasst sind es diejenigen, die ...

- 1) ... von der erhöhten wirtschaftlichen Aktivität in der Stadt profitieren (Unternehmen).
- 2) ... fähig sind, die produzierten (Unterhaltungs-)Produkte zu konsumieren und nach den Spielen in der aufgewerteten Infrastruktur (Ladenpassagen, Restaurants, Konzerte etc.) zu nutzen (Mittel- und obere Schicht).
- 3) ... vom weltweiten Interesse an den Spielen, also der erhöhten Aufmerksamkeit, profitieren wie TV-Sender, Sponsoren, Politiker, Städte (durch Standortmarketing).
- 4) ... sich die direkten Vermarktungsgewinne teilen (IOC, NOKs, IFs).

- 5) ... die neu geschaffene allgemeine Infrastruktur, insbesondere Verkehrsinfrastruktur, nutzen (Haushalte, Unternehmen).
- 6) ... die neu geschaffene Sportinfrastruktur nutzen (Athleten, Breitensport, Unterhaltungsindustrie).

Literatur

- Agreement: between IOC and the city of Los Angeles*, Typoskript, 27.10.1978.
- ATC (Australia Tourist Commission): Olympic Games tourism strategy, Overview*, Sydney 2001, Typoskript.
- Athens OCOG: Liability, underwriters, information*, Athen 2003.
- Audit Office: Performance audit report, The Sydney 2000 Olympic and Paralympic Games, Review of estimates*, Sydney 1999.
- Baade, R./ Matheson, V.: Bidding for the Olympics fool's gold?*, in: Barros/Ibrahimo/Szymanski (Hg.): *Transatlantic sport. The comparative economics of North American and European sports*, Cheltenham, U.K, Northampton, Mass 2002, S. 127–151.
- Barros, C. P./Ibrahimo, M./Szymanski, S. (Hg.): Transatlantic sport, The comparative economics of North American and European sports*, Cheltenham, U.K, Northampton, Mass 2002.
- Bea, F. X.: Shareholder Value*, in: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 29(10) 1997, S. 541–543.
- Brunet, F.: Economy of the 1992 Barcelona Olympic Games*, Lausanne 1993.
- Büch, M.-P. (Hg.): Sport im Fernsehen - zwischen gesellschaftlichem Anliegen und ökonomischen Interessen*, 1. Aufl., Köln 2004.
- Cashman, R./Hughes, A. (Hg.): Staging the Olympics, The event and its impact*, Netley 1999.
- Commission of Inquiry: Report of the Commission of Inquiry into the cost of the 21st Olympiad*, Vol. 1, Montreal, Typoskript.
- Coubertin, P. de: La question d'argent*, in: *Revue Olympic*, 13(12) 1913, S. 183–185.
- Cox, G./ Darcy, M./ Bounds, M.: The Olympics and housing, A study of six international events and analysis of potential impacts of the Sydney 2000 Olympics*, Paper prepared for the Shelter NSW and Housing and Urban Studies Research Group, Macarthur, University of Western Sydney 1994.
- Daume, W.: Organising the Games*, in: Lord Killanin/Rodda (Hg.): *The Olympic Games. 80 years of people, events and records*, 1. Aufl., London 1976, S. 153–156.
- Development Action Group: The Olympics and Development, Lessons and Suggestions*, South Africa 1996.
- Dunn, K. M./ McGuirk, P. M.: Hallmark events*, in: Cashman/Hughes (Hg.): *Staging the Olympics. The event and its impact*, Netley 1999, S. 18–34.
- F.A.Z.: NBC kauft ein Vierer-Paket*, 2011, online verfügbar unter <http://www.faz.net/frankfurter-allgemeine-zeitung/sport/nbc-kauft-ein-vierer-paket-1651654.html>.
- Freeman, R. E./ McVea, J.: A Stakeholder Approach to Strategic Management*, in: Hitt/Freeman/Harrison (Hg.): *The Blackwell handbook of strategic management*, Oxford 2001, S. 189–207.
- French, S. P./ Disher, M. E.: Atlanta and the Olympics, A one-year retro-spective*, in: *Journal of the American Planning Association*, 63(3) 1997, S. 379–392.
- Fritzweiler, J./Pfister, B./Summerer, T. (Hg.): Praxishandbuch Sportrecht*, München 1998.
- Garcia, S.: Barcelona und die Olympischen Spiele*, in: Häußermann/Birkhuber (Hg.): *Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch grosse Projekte*, Opladen 1993, S. 251–277.
- Geipel, R./ Helbrecht, I./ Pohl, J.: Die Münchener Olympischen Spiele von 1972 als Instrument der Stadtentwicklungspolitik*, in: Häußermann/Birkhuber (Hg.): *Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch grosse Projekte*, Opladen 1993, S. 278–304.

- Georgiadis, K.*: Die ideengeschichtliche Grundlage der Erneuerung der Olympischen Spiele im 19. Jahrhundert in Griechenland und ihre Umsetzung 1896 in Athen, Dissertation, Mainz, Johannes Gutenberg Universität 2000.
- Hall, C. M.*: *Hallmark Tourist Events, Impacts, Management & Planning*, London 1992.
- Häußermann, H./Birkhuber, D. (Hg.)*: *Festivalisierung der Stadtpolitik, Stadtentwicklung durch grosse Projekte*, Opladen 1993.
- HCC*: *Host City Contract for the XXI Olympic Winter Games in the year 2010*, Lausanne 2003.
- Hill, C. R.*: *Olympic Politics*, Manchester 1992.
- Hitt, M. A./Freeman, R. E./Harrison, J. S. (Hg.)*: *The Blackwell handbook of strategic management*, Oxford 2001.
- Hoberman, J.*: *The Olympic Crisis, Sport, Politics and the Moral Order*, New Rochelle, NY 1986.
- Houlihan, B. (Hg.)*: *Sport and society, A student introduction*, London 2008.
- Huntington, S. P.*: *Kampf der Kulturen, Die Neugestaltung der Weltpolitik im 21. Jahrhundert, Ungekürzte Lizenzausg.*, Hamburg 2006.
- IOC (Hg.)*: *Report of the XIth Olympic Congress in Baden-Baden*, Lausanne 1982.
- : *Olympic Solidarity Itinerant School, Marketing Manual*, Lausanne 1992.
- : *Report of the IOC Evaluation Commission for the Games of the XXVIII Olympiad* 2004, Lausanne 1997.
- : *Marketing Matters* 2000.
- : *Olympic Games and Architecture, The Future for Host Cities*, Lausanne 2001.
- : *Global TV Report, Beijing 2008 Olympic Games, 2009*, online verfügbar unter http://www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/Broadcasting/Beijing_2008_Global_Broadcast_Overview.pdf.
- : *Olympic Marketing Fact File, 2012*, online verfügbar unter http://www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/OLYMPIC-MARKETING-FACT-FILE-2012.pdf.
- : *Olympic Charter*. Lausanne: International Olympic Committee 2011.
- Kim, J. G./Rhee, S. W./Yu, J. C./Koo, K. M./Hong, J. C.*: *Impact of the Seoul Olympic Games on National Development*, Seoul 1989.
- Landry, F./Yerles, M.*: *The International Olympic Committee One Hundred Years, The Idea - the Presidents - the Achievements*, Lausanne 1996.
- Lee, C.*: *From wartime rubble to Olympic host*, in: *Far Eastern Economic Review*, 140(36) 1988, S. 60–65.
- Lenskyj, H. J.*: *When winners are losers, Toronto and Sydney bids for the Summer Olympics*, in: *Journal of Sport 6- Social Issues*, 20(4) 1996, S. 392–410.
- : *Inside the Olympic Industry Power, Politics and Activism*, New York 2000.
- : *The Best Olympics Ever?, Social Impacts of Sydney 2000*, New York 2002.
- Levett, R.*: *Is Green the New Gold?, A sustainable Games for London*, in: *Vigor/Mean/Tims (Hg.)*: *After the Gold Rush. A sustainable Olympics for London*, London 2004, S. 69–90.
- Lin, X.*: *Economic impact of Beijing Olympic Games 2008*, aus der Reihe "Proceedings of the 2004 Pre-olympic Congress", Thessaloniki, Greece 6-11.08.2004.
- Lord Killanin*: *The Olympic Movement since Varna*, in: *IOC (Hg.)*: *Report of the XIth Olympic Congress in Baden-Baden*, Lausanne 1982.
- Lord Killanin/Rodda, J. (Hg.)*: *The Olympic Games, 80 years of people, events and records*, 1. Aufl., London 1976.
- Meyer-Künzel, M.*: *Der planbare Nutzen, Stadtentwicklung durch Weltausstellung und Olympische Spiele*, Hamburg 2001.
- Millet, L.*: *The Games of the city*, in: *de Moragas/Botella (Hg.)*: *The Keys to Success*, Barcelona 1995.
- Moragas, M. de/Botella, M. (Hg.)*: *The Keys to Success*, Barcelona 1995.
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.*: *Strategisches Management, Wie strategische Initiativen zum Wandel führen ; der St. Galler General Management Navigator, 3., aktualisierte Aufl.*, Stuttgart 2005.
- NSW Government*: *Budget Statement 2001-2002, Sydney 2000 Olympic and Paralympic Games*, Sydney Pressemitteilung vom 2001.
- OK Atlanta*: *Official Report of the XXVI Olympic Games, Atlanta 1998*.

- OK Montreal: Games of the XXI Olympiad, Montreal 1976, Official Report, Montreal 1976.*
- OCA (Olympic Co-ordination Authority): Environment fact sheet clean up, Sydney 1998.*
- OK München: Die Spiele - Die Organisation, München 1974.*
- Park, S.-J.: The Seoul Olympics, The Inside Story, London 1991.*
- Persson, C.: President of the Bidding Committee Ostersund 2002, Brief (11.03.2001).*
- Preuß, H.: Ökonomische Implikationen der Ausrichtung Olympischer Spiele von München 1972 bis Atlanta 1996, Kassel 1999.*
- : Electing an Olympic host city a multidimensional decision, in: Wamsley/Martyn (Hg.): Bridging three centuries: Intellectual Crossroads and the Modern Olympic Movement. Fifth International Symposium for Olympic Research, Ontario 2000, S. 89–104.
 - : Financing Source Development of Mega Sport Events, aus der Reihe "6th Annual Congress of the European College of Sport Science", Köln 27.07.2001.
 - : Olympische Spiele 2012 in Deutschland. Der stärkste Bewerbungswettbewerb in der olympischen Geschichte, in Horch/Heydel/Sierau (Hg.): Events im Sport. Marketing, Management, Finanzierung, Köln 2004, S. 225–238.
 - : The economic impact of visitors at major multi-sport-events, in: European Sport Management Quarterly(3) 2005, S. 283–305.
 - : The Olympic Games, Winners and Losers, in: Houlihan (Hg.): Sport and society. A student introduction, London 2008, S. 415–438.
 - : Opportunity costs and efficiency of investments in mega sport events, in: Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events(2) 2009, S. 131–140.
 - : Kosten und Nutzen Olympischer Winterspiele in Deutschland, Eine Analyse von München 2018, Wiesbaden 2011.
- Preuss, H./ Alfs, C.: Signaling through the 2008 Beijing Olympics, Using Mega Sport Events to Change the Perception and Image of the Host, in: European Sports Management Quarterly, 11(1) 2011, S. 55–71.*
- Preuss, H./ Kurscheidt, M./ Schütte, N.: Ökonomie des Tourismus durch Sportgroßveranstaltungen, Eine empirische Analyse zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006, Wiesbaden 2009.*
- Preuss, H./ Solberg, H.A.: Attracting Major Sporting Events - The Role of Local Residents, in: European Sport Management Quarterly(4) 2006, S. 391–411.*
- Pyrgiotis, Y. N.: The Games in the XXIst century, in: IOC (Hg.): Olympic Games and Architecture. The Future for Host Cities, Lausanne 2001, S. 25–29.*
- Reich, K.: Making It Happen, Peter Ueberroth and the 1984 Olympics, Santa Barbara, CA 1986.*
- Rott, A./ Schmitt, S.: Zur Kreation von Zuschauernachfrage, in: Büch (Hg.): Sport im Fernsehen - zwischen gesellschaftlichem Anliegen und ökonomischen Interessen, 1. Aufl., Köln 2004, S. 29–38.*
- Samaranch, J. A.: Message from the IOC President, in: IOC (Hg.): Olympic Solidarity Itinerant School. Marketing Manual, Lausanne 1992, S. 2.*
- Siebel, W.: Was macht eine Stadt urban?, Zur Stadtkultur und Stadtentwicklung, Oldenburg 1994.*
- Snyder, C. R./ Lassegard, M. A./ Ford, C. E.: Distancing after group success and failure basking in reflected glory and cutting off reflected failure, in: Journal of Personality and Social Psychology, 51(2) 1986, S. 382–388.*
- Sterken, E.: Growth Impact of Major Sporting Events, in Preuß (Hg.): The Impact and Evaluation of Major Sporting Events, Oxon, New York 2007, 63–78.*
- Summerer, T.: Sport und Medien, in: Fritzweiler/Pfister/Summerer (Hg.): Praxishandbuch Sportrecht, München 1998.*
- Szymanski, S.: The economic impact of the World Cup, in: World Economics, 3(1) 2002, S. 1–9.*
- Taylor, P./ Gratton, C.: The Olympic Games an economic analysis, in: Leisure Management, 8(3) 1988, S. 32–34.*
- TOROC: Message from TOROC CEO, in: Torino 2006 the environment and the heart of the Games, Torino 2005.*
- Ueberroth, P./ Levin, R./ Quinn, A.: Made in America, His Own Story, New York 1985.*
- Vigor, A./Mean, M./Tims, C. (Hg.): After the Gold Rush, A sustainable Olympics for London, London 2004.*

Wamsley, K. B./Martyn ., S. G. (Hg.): Bridging three centuries: Intellectual Crossroads and the Modern Olympic Movement, Fifth International Symposium for Olympic Research, Ontario 2000.

Weirick, J.: Urban design, in: Cashman/Hughes (Hg.): Staging the Olympics. The event and its impact, Netley 1999, S. 70–82.