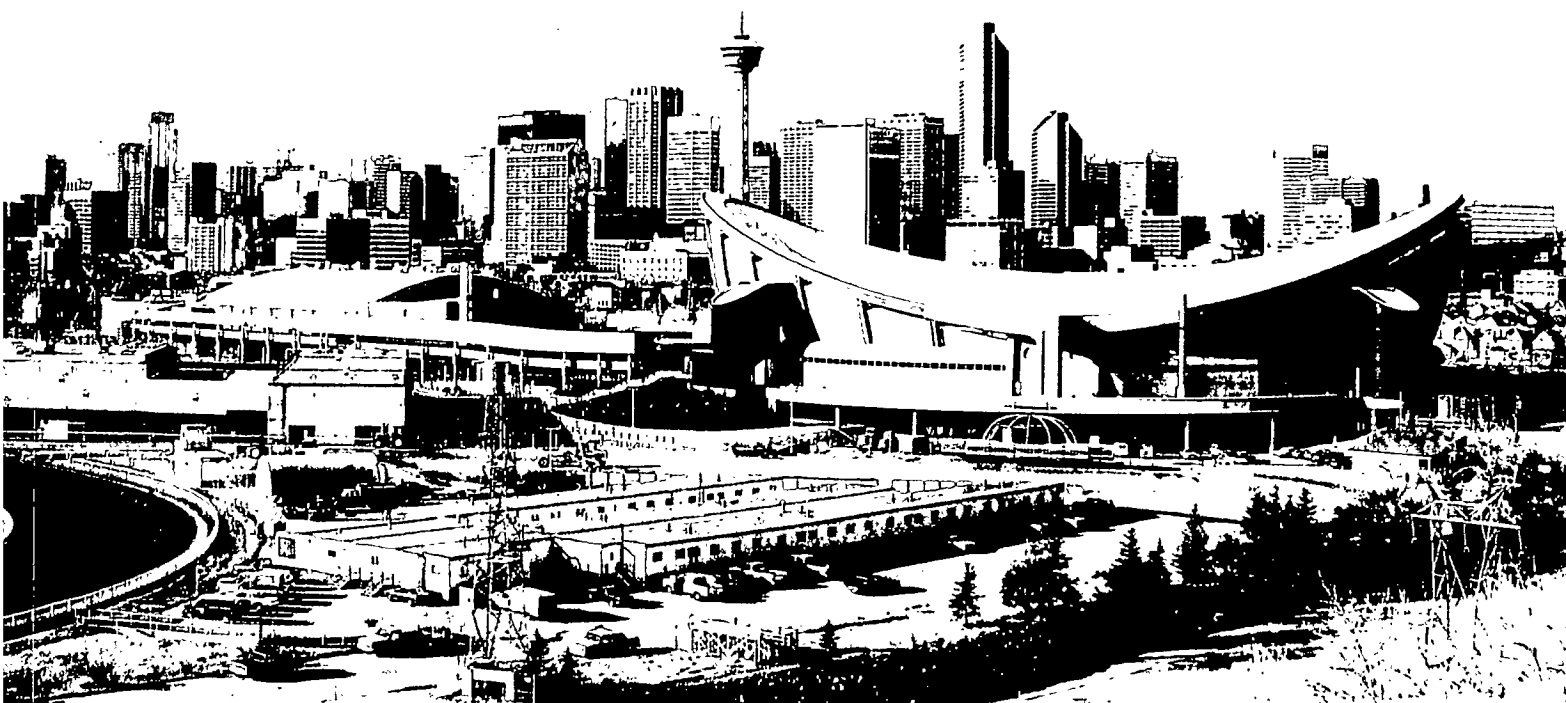




Silhouette von Calgary mit Olympia-Stadion: Ein Pferdesattel in Übergröße

„Es wird der sahnigste Monat des Jahrhunderts“

SPiegel-Redakteur Werner Meyer-Larsen über Calgarys Geldhunger vor den Olympischen Winterspielen

Viereinhalb Wochen noch, dann wird Jeanne Suavé, Repräsentantin des kanadischen Staatsoberhauptes Königin Elizabeth II. von England, im McMahon Stadium zu Calgary die XV. Olympischen Winterspiele eröffnen. Und Calgarys Bürgermeister Ralph Klein, ein ehemaliger Fernsehreporter, weiß schon jetzt: „Es wird eine Riesenparty.“

Die Party von Calgary, so wollen es ihre Veranstalter, findet vorwiegend im Saale statt. Klein und sein Olympia-Manager Frank King, eine bekannte Figur des heimischen Öl-Geschäfts, haben es so gerichtet, daß die Winterspiele zur Not auch ohne Schnee oder sogar im Sommer steigen könnten.

Um Calgarys Spiele wettersicher zu gestalten, wagten die beiden Rekordsätze von Dollar und Spitzentechnologie. Sie ließen Veranstaltungshallen von so erbarmungslosem Ausmaß bauen, daß selbst ein klassischer Außenwettbewerb wie der Eisschnelllauf kommod unter gewölbtem Dach dargeboten werden kann.

Wo es sich nicht vermeiden läßt, daß Wettkämpfe draußen stattfinden, ist Calgary ebenfalls gerüstet: Gegen Schneemangel und Tauwetter bietet die Stadt ein Arsenal von Computern, Schnee-

maschinen und Vereisungsapparaten auf, das seinesgleichen sucht.

Denn Calgary, das soll die Welt sich merken, ist nicht irgendwas. Die 1000 Meter hoch gelegene Stadt mit ihren 640 000 Einwohnern ist der zweitgrößte Austragungsort, den die Olympischen Winterspiele je hatten. Calgary nämlich ist das Geschäfts- und Finanzzentrum des kanadischen Westens und die Entertainment-Zitadelle des Präriestaates Alberta.

Der eigenen Bedeutung eingedenk, orientierten sich die Olympia-Manager der Stadt beim Planen der Spiele nicht an so zwerghaften Vorbildern wie den Winter-Austragungsstätten Lake Placid, Squaw Valley oder Cortina d'Ampezzo. Nein, sie zogen sich an den Giganten der Sommerspiele hoch: an Tokio zum Beispiel, mehr noch an Los Angeles.

Peter Ueberroth, unter dessen strammem Regiment die Olympischen Spiele in Los Angeles 1984 mit 215 Millionen US-Dollar Profit abschlossen, ist die Kultfigur der Olympia-Macher. Ihre Horrervorstellung ist das Finanzdesaster der ostkanadischen Konkurrenzstadt Montreal bei den Sommerspielen 1976: Montreal wird noch bis ins nächste Jahr-

tausend an dem Milliardendefizit, in das die Stadt damals blindlings stolperte, abzahlen haben.

Mit der Verbissenheit ihrer aus Europa eingewanderten Vorfahren und kühn, wie die weite Prärie den Menschen offenkundig macht, schoben die Olympia-planer der Stadt die Einnahmen- und Ausgabenseite ihres Budgets so weit nach oben, als handle es sich um zwei Olympische Spiele hintereinander.

Während Ueberroth in Los Angeles noch mit 413 Millionen US-Dollar auskam, klotzen die Kanadier mit einer vollen Milliarde Kanadischer Dollar (775 Millionen US-Dollar), davon 400 Millionen allein für Neubauten. Während Ueberroth sich mit 225 Millionen US-Dollar für exklusive Fernsehübertragungsrechte bescheiden mußte, lassen die Kanadier sich von der New Yorker Fernsehfirma ABC gleich 309 Millionen bezahlen.

Auch die übrigen Mäzene der kanadischen Spiele wurden geschröpft. Für das Recht, die Kreditkarte der Olympischen Spiele stellen zu dürfen, hatte die Marketingfirma ISL, der Vertragspartner des Internationalen Olympischen Komitees, von der American Express Company 15,5 Millionen US-Dollar verlangt.

Ueberroth, dessen Spiele von viermal so vielen Zuschauern besucht wurden, wie Calgary sie erwartet, hatte damals nur ein Drittel dieser Summe bekommen. American Express lehnte dankend ab, und Konkurrent Visa kam in Calgary zum Zuge.

Für das Recht, mit ihren Lang-Limousinen exklusiv olympische Kämpfer und Funktionäre durchs Land rollen zu dürfen, zahlt die General Motors Corporation mehrere Millionen. Coca-Cola kehrt weitere Millionen Dollar aus, um seinen Produkten die höhere Weihe eines olympischen Soft-Getränks geben zu dürfen.

Dem amerikanischen Medienkonzern Time Inc. dienten die Kanadier – unverfroren, aber erfolgreich – für zwei Millionen Dollar das Recht an, mit einem Olympia-Sonderheft aufwarten zu dür-

fen. Als das populäre kanadische „Maclean's“-Magazin seine journalistische Berichterstattungspflicht gleichfalls mit einer Sondernummer zu krönen ankündigte, kam es nur haarscharf an einer einstweiligen Verfügung des sogenannten Olympic Trust vorbei.

Der Olympic Trust ist die Wort- und Gedankenpolizei der geschäftstüchtigen Kanadier. Kaum daß sie die Olympischen Spiele ergattert hatten, begann der Trust mit galliger Strenge zu arbeiten. Als wäre er die Rechtsabteilung eines Bier-, Waschmittel- oder Zigarettenkonzerns, ließ er 214 Namen, Begriffe und Symbole sperren, die mit den Spielen auch nur andeutungsweise etwas zu tun haben könnten.

Die Wortpolizei versandte inzwischen mehr als 300 Drohbriefe, in denen von Unternehmen und Institutionen verlangt

wurde, entweder ihren verfänglichen Namen und von ihnen benutzte Strichmännchen-Symbole à la Olympia abzuschaffen. Oder, wenn nicht, zu zahlen.

So mußte etwa die kanadische Regierung, immerhin mit 200 Millionen Dollar Olympia-Subvention dabei, ihre „olympische“ Arbeitsvermittlung in eine „Calgary '88“-Vermittlung umbenennen. Neben dem Staat aber traf es auch harmlose Unternehmer der Gastronomie und einen Fahrradhändler griechischen Gebblüts aus Toronto. Der Mann war aus der hellenischen Stadt Olympia eingewandert und hatte seinen Laden deshalb olympisch aufgetakelt.

Griechenlands Fluggesellschaft Olympic Airways, um zweieinhalb Jahrzehnte älter als Calgarys Olympia, muß in bar und mit Freiflügen dafür zahlen, daß sie in Kanada Buchungsbüros mit ihrem Firmennamen unterhält. Empfänger der Freiflüge sind die 13 Mitglieder des kanadischen olympischen Exekutiv-Komitees oder von ihnen auserwählte Günstlinge.

Auch bei der Festlegung des Datums der Spiele vom 13. bis 28. Februar ging den Kanadiern der Kommerz nicht aus dem Sinn. Um den Fernsehgesellschaften höchste Einschaltquoten zu verschaffen, bezogen sie drei komplette Wochenenden in die Spiele ein, die deshalb nicht wie üblich 12, sondern 16 Tage dauern.

Olympiatouristen können die Zeit brauchen: Die Sportstätten ziehen sich zwischen der Stadt Calgary und dem Fuß der Rocky Mountains über eine Länge von rund hundert Kilometern:

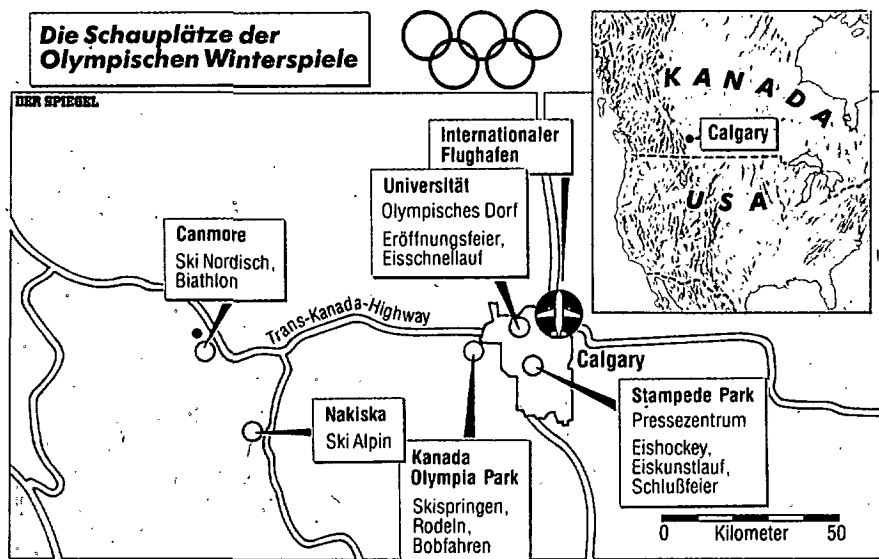
▷ In der Stadt selbst stehen drei Riesenstadionen, zwei davon überdacht, für Eishockey-, Eiskunst- und Eisschnellaufwettbewerbe.

▷ Zehn Kilometer weiter, nach Osten mit dem Blick auf die Stadt, nach Westen auf die Rockies, stehen die olympischen Sprungschancen und eine superschnelle Bobbahn.

▷ 80 Kilometer westwärts, in Nakiska am Mount Allan, sollen die olympischen Abfahrtsläufe starten.

▷ 90 Kilometer gen Westen, im Canmore Nordic Center, finden die olympischen Langläufe statt.

Neben den Spielen planen die Olympiamanager noch Volksbelustigungen wie internationale Heißluftballon-Starts, eine Outdoor-Laser-Show und ein 11,5 Millionen Dollar teures Kunstfestival. An sechs olympischen Tagen dürfen die Besucher sich zudem im Stampede Corral, einer Halle mitten in der Stadt, dem Klamauk eines Rodeos hingeben. „Das ist



Bürgermeister Klein: „Die Spiele sind uns von Gott gesandt“

Teil unseres Erbes“, sagt Stadt-Chef Klein, „auf den wir nicht verzichten wollen.“

Calgary nämlich, inzwischen eine modern geplante Rasterstadt mit verglasten Fußgängerbrücken zwischen den Häuserfassaden, gilt beim vornehmeren Rest Kanadas als „Cow Town“ und versteht sich folglich als Frontstadt.

„Kuhstadt“ ist das Zentrum, nicht die Hauptstadt der weiträumigen Westprovinz Alberta. Dort, zwischen den Rokokos und den großen Getreideflächen der östlichen Nachbarprovinz Saskatchewan, geht alles so zu wie in Texas.

Dort reichen die Straßen schnurgerade bis in den Horizont. Dort heißen Rindviehbarrieren unverwechselbar „Texas gates“. Dort beschatten Stetson-Hüte, das in Pennsylvania erfundene Symbol der Texaner, die Augen der Cowboys. Wer den weißen Stetson von Calgary kauft, wird durch handsignierte Urkunde Mitglied des Klubs der „Calgary White Hatter“.

Hornstierranches also prägen die Konturen der Landschaft, aber Öl-Dollar die Konten ihrer Bewohner: Alles ähnelt Texas, nur ein paar hundert Meter höher und meistens etwas kälter. Drei Breitengrade aufwärts allerdings, nahe der nördlicher gelegenen Verwaltungshauptstadt Edmonton, hören Straßen und Zivilisation abrupt auf.

Nur Pferd und Flugzeug helfen noch, wenn es über den Peace River und über das vorgeschobene Fort McMurray hinausgehen soll. Da wird aus Texas ganz plötzlich Alaska, mit Eskimos, Indianersiedlungen und weißen Pioniergestalten.

Calgary selbst, ausweislich seiner Esso Plaza mit Glasfassaden und Springbrunnen, ausweislich auch seiner 500 anderen Ölgesellschaften, ist zum Houston, wenn es sein muß, zum Dallas der Kanadier geworden. Entstanden war es als Station der North-West Mounted Police – einer Romantik-umhauchten Elitetruppe, die auf schwitzenden Pferderücken nach dem Rechten sah.

Die Gebirgspolizisten hatten – angeblich – das indianische Volk vor dem Treiben bössartiger amerikanischer Whiskey-Händler schützen sollen. Wahrscheinlich aber hatten sie schlicht den Auftrag, Britanniens Recht in der Prärie durchzusetzen. Schon 1875 jedenfalls bauten sie dort, am Zusammenfluß von

Elbow und Bow River, ihre erste feste Station.

Als die Büffelherden, Nahrungsgrundlage der nordamerikanischen Indianer, verschwanden, fingen die weißen Siedler mit der Rinderzucht an. 1887 begannen die Calgarianer ihre ersten Hornviehexporte ins großbritannische Mutterland.

Im selben Jahr etablierte sich, mit der presbyterianischen Kirche, dem Alberta Hotel und dem Amtsgericht, die spezifische Calgary-Architektur: Fassaden aus gehauenen Sandstein, deren Abklatsch sich, nun in Beton gegossen, an den modernen Hochhausfassaden der Stadt wiederfindet.

1912 endlich ereigneten sich zwei Dinge, die das Bild der Stadt mehr prägten als die Mounted Police oder die Kirche der Presbyterianer. In diesem Jahr, einer

feld im Turner Valley südlich von Calgary entdeckte, begann die Metamorphose der Cow Town zur Oil City. Fast über Nacht ließen sich in Calgary mehrere hundert Ölgesellschaften nieder.

Aber erst als 1947 das gewaltige Leduc-Woodbend-Ölfeld entdeckt wurde, geriet die Provinz in einen texanisch heißen Ölboom. Binnen vier Jahrzehnten versechsfachte sich Calgarys Einwohnerzahl. Die internationalen Ölgesellschaften – Exxon, Shell, Texaco, Mobil, BP – richteten ihre kanadischen Zentren in Calgary ein. 85 Prozent der kanadischen Öl- und Erdgasförderung werden von Calgary aus gemanagt.

Auf dem Höhepunkt aller Kraft und Herrlichkeit, nachdem 1973/74 der Opec-Ölboykott ausgebrochen war, hatte Oil City die Provinzregierung von



Stampede in Calgary (1923): „Teil unseres Erbes“

Krisenzeit der Weidewirtschaft, warfen Calgarys vier größte Rindviehzüchter die verbliebenen Reste ihres Geldes zusammen und ließen, um den Kummer zu verdrängen, eine wilde Rodeo-Show steigen. Auf calgarianisch hieß das „Stampede“.

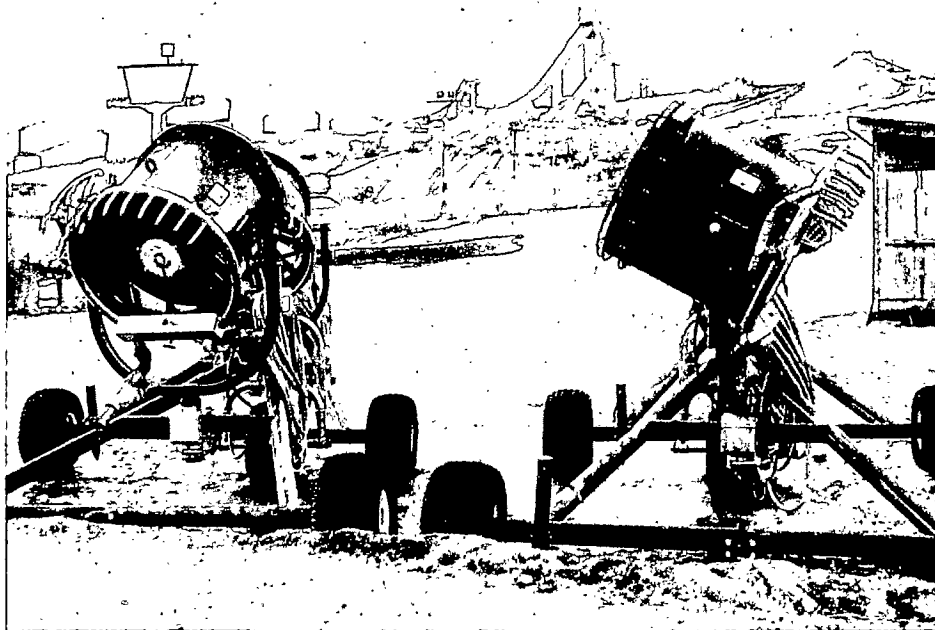
Seitdem zelebriert Calgary jedes Jahr zehn Tage im Juli das Calgary Stampede Festival, nach Bürgermeister Klein die „größte Outdoor Show der Welt“. 1,2 Millionen Besucher und Rodeoprofis drängen während dieser Tage in die Stadt ein. Für die Gemeindeväter Grund genug, sich auch den großen Anforderungen bei Olympischen Spielen gewachsen zu fühlen.

Die Canadian Western Natural Gas Co. Ltd. brachte als erste 1912 in großem Stil heimisches Erdgas in die Kraftwerke der Provinz. Als die Calgary Petroleum Products Company 1914 das große Öl-

Alberta sogar überreden wollen, sich aus dem kanadischen Bundesstaat zu lösen. Der Grund war klar: Von dem aufkommenden Milliardensegen sollte nicht ein einziger Dollar an Unwürdige abgezweigt werden müssen.

Denn Alberta, so spekulierte Oil City damals, könnte sich bis zur Jahrhundertwende in ein Saudi-Arabien des Nordens verwandeln. Alberta nämlich besitzt, neben Öl und Erdgas, die größten Teersand-Vorkommen der Welt.

Aus Teersand läßt sich Mineralöl gewinnen. Und Albertas Teersand-Vorkommen enthalten mehr Öl, als unter dem Sand Saudi-Arabien liegt. Die Gewinnung ist zwar teuer, doch nach der Ölpreis-Explosion 1973/74 schien das Ganze sich plötzlich zu lohnen. Alberta, kombinierte die Ölbranche in Calgary, besaß den Schlüssel zu einer Opec-unabhängigen Ölwelt des Westens.



Schneekanonen in Calgary: „Am schlimmsten ist richtiger Schneefall“

Ein wenig vermessen waren sie schon, die kühnen Planer in ihrer Euphorie. Und es kam denn auch ganz anders. Als der Ölpreis von 1980 an plötzlich wieder sank, war Albertas großer Traum erst einmal perdu. Aus den Hauptquartieren der Ölbranche quoll nun Krisenfurcht. 1986 prophezeite Douglas G. Stoneman von Shell Canada der Branche in Alberta 50 000 Entlassungen. Das Personal der Ölsuchtrupps samt ihrer Planungsstäbe wurde um fast die Hälfte gekappt. Da kam Olympia, noch mit breitkrempiger Boom-Mentalität in die Stadt geholt, in den Zeiten der Not wie ein Zeichen höherer Gnade.



Olympia-Manager King
16 000 neue Arbeitsplätze

„Die Spiele sind uns von Gott gesandt“, verkündete Stadthauptling Klein seiner Gemeinde. Bevor Calgary ähnlich zusammenklappte wie das texanische Vorbild Houston, schalteten die Frontiers von Öl auf Sport. Der olympische Rummel, schätzen Fachleute, hat Calgary 16 000 neue Arbeitsplätze verschafft, halb so viele, wie der Stadt durch die Ölkrise inzwischen verloren gingen.

Statt im Sand zu graben, türmten die Calgarianer voluminöse Bauten auf. Längst ist ein 20 000-Mann-Stadion fertig, dessen sattelförmiges Dach die größte Betondecke der Welt bildet: der Olympic Saddle dome, für die Bürger ein Pferdesattel in Übergröße. Seit kurzem auch steht das Field House (mit hölzernem Normaldach), in das zwei komplette Eishockeyfelder passen. Im Canada Olympic Park ragen Schanzen für 30-, 50-, 70- und 90-Meter-Sprünge weit über den oberen Rand eines Hügels hinaus. Der Wind bläst dort – jedenfalls statistisch – alle drei Tage so wild, daß keine Sprünge mehr möglich sind. Aber „man kann das hinkriegen“, wiegelt Macher King ab, „wenn man genügend Tage zum Warten hat“.

Den Mount Allan bei Nakiska, wegen seiner groben Form von der Zeitschrift „Sports Illustrated“ als „Maulwurfshügel“ bespöttelt, frästen die Kanadier in eine computerberechnete Idealform. Ski-Präsident Marc Hodler aus der Schweiz, vorher ein verbissener Kritiker des Hügels, ist ganz ergriffen davon: „Es ist der beste Berg dieser Zeit geworden.“

Ihr höchstes technisches Wissen aber widmeten die Kanadier der

Natürlich



ist *Demoskopie* für Sie
kein *Fremdwort*.
Damit es nicht nur ein
Schlagwort bleibt – schlagen
Sie nach:

Demoskopie und Aufklärung

Ein Symposium

Norman Bradburn – Renate Köcher
– Helmut Kohl – Hermann Lübke –
Heinz Maier-Leibnitz – Hubert
Markl – Elisabeth Noelle-Neumann
– Helmut Sühler

Herausgegeben vom Institut für
Demoskopie, Allensbach
Mit einem Vorwort von Elisabeth
Noelle-Neumann

1988. 76 Seiten. Broschur: DM 24,-
ISBN 3-598-10752-8

Noch vor der Bundesrepublik
wurde das Institut für Demoskopie
Allensbach 1947 als erstes deutsches
Meinungsforschungsinstitut gegrün-
det.

Jetzt, 40 Jahre später, im Herbst
1987, wird von acht Autoren aus
Politik, Wirtschaft und Wissenschaft
die Rolle der Demoskopie analy-
siert.



K.G. Saur Verlag

Postfach 71 10 09,
8000 München 71,
Tel. (089) 791 04-0

Abwehr. Calgary-spezifischer Wettertücken: In der Hochebene fällt der Schnee gelegentlich aus. Und mehrmals im Jahr erwärmt ein vom Pazifik über die Rokies strömender „Chinook“-Wind die Landschaft binnen einer Stunde um über 20 Grad auf Frühlingstemperatur. „Seit 1877“, unkt Bruce Thomson vom Wetterdienst der Spiele, „hat es noch jeden Februar mindestens einen Chinook gegeben.“

Gegen solche Unbill fahren die Olympiamanager mit einer Batterie von Schneeschützen an. Vergangenen Winter, beim Weltcup der Frauen in Nakiska, taute der Kunstsnee dennoch schneller, als die Maschinen nachliefern konnten, und floß als schlichtes Wasser in die Rinnsale am Fuß des Berges.

Nach diesen Erfahrungen wurde das Schneemaschinen-Arsenal an Nakiskas Mount Allan weiter verstärkt. Dort regelt René Farwig, geboren in Deutschland und 1956 einziger bolivianischer Teilnehmer der Winterolympiade, die Dinge am Berg. Für ihn ist tauender Schnee denn auch nicht mehr das Hauptproblem. „Das Schlimmste, was uns passieren kann“, so sagt er, „ist richtiger Schneefall.“

Dann nämlich, fürchtet das Olympiamanagement, bricht der Verkehr zusammen, und Räumkommandos müssen heran. „Es ist besser“, sinniert Farwig, „der Schnee liegt nur dort, wo er hingehört, nämlich auf den Wettkampfpisten.“ Und das ist, keiner bestreitet es, mit Schneekanonen besser zu bewerkstelligen als mit einem Tiefdruckgebiet.

Ähnlich perfekt geht es auch bei der olympischen Bob-Bahn zu. Die Kurven-Bahn, von DDR-Technikern konstruiert, enthält rund 80 Kilometer Gefrierleitungen nach dem Prinzip des Kühlschranks. An 98 Stellen der Bahn wurden photoelektrische Augen eingebaut und mit einem Computer verbunden. Wer genug Zeit zum Training hat, kann vom Rechner die optimale Geschwindigkeit und Fahrtechnik abrufen.

Fabelhaft auf Zack sind auch die Sicherheitskommandos der Polizei, ein aus der Stadtpolizei und der Royal Canadian Mounted Police zusammengesuchtes „Joint Securities Command“. Die Spezialeinheit hat bereits über 10 000 ständige Olympiawerker durchleuchtet und Kurse mit der in Calgary bewunderten Polizei von Los Angeles abgehalten. „Terroristen sollten wissen“, prahlt Truppen-Chef Len Elster, „wir sind vorbereitet.“

Bestens präpariert, vor allem auf Spitzenprofite, sind Calgays Gastronomie

und das Gastgewerbe. Die Nachfrage der Teilnehmer und Besucher übersteigt das Angebot.

Die Stadt verfügt über 13 000 normale Hotelzimmer. Doch 2600 Athleten und ihre Trainer, 2200 Journalisten und 2500 Rundfunk- und Fernsehtechniker, dazu die geladene Prominenz und die Sportfunktionäre samt Gattinnen bringen den All-Olympia-Kader schon auf 15 000 Personen. Von Ende Januar an schweben sie ein.

Die zahlenden Gäste von Olympia, ungefähr 100 000, müssen sich deshalb etwas einschränken. Für sie hält das Olympic Housing Bureau Privatzimmer zum Einheitspreis von 37,50 Dollar je Nacht bereit. Dafür gibt es Bed

Auch bei den Tickets ist der Normalverbraucher eher Gast zweiter Klasse. Von den 1,9 Millionen Karten für die 128 Veranstaltungen, so versicherte das Olympische Organisationskomitee standfest, würden nur zehn Prozent an die Insider des Olympiageschäfts gehen.

Tatsächlich sind inzwischen 23 Prozent der Karten – Preis 15 bis 55 Dollar – den Olympia-Kadern zugeschanzt worden. Bei den populären Schlußveranstaltungen sind es sogar 50 Prozent.

Einiges ging auf andere Art unter der Hand weg. So schob James McGregor, Olympias oberster Ticket-Manager, große Posten Karten einer World Tickets Inc. zu, die sie zu Überpreisen verkaufte. Es fügte sich, daß James McGregor selbst 99-Prozent-Gesellschafter der Firma war.

Zurückgehaltene Eintrittskarten kosten auch nach der Verhaftung des James McGregor noch den doppelten Tarif, zurückgehaltene Hotelzimmer gelegentlich das Fünffache.

Das Flamingo Motel etwa, ein Haus unterer Güte, kassiert für seine 32-Dollar-Zimmer zur Zeit der Spiele 180 Dollar:

Die Regeln des Oildriller-Gewerbes, eine gelungene Bohrung rasch in pralles Leben und Dollarsegen umzusetzen, haben das olympische Calgary voll erfaßt.

In der Stadt mit zwei Jacht-Klubs, 17 Golfplätzen, 220 Tenniscourts und 250 chinesischen Restaurants west noch der Geist der Pionierzeit.

Das heißt leben und leben lassen, Gastfreundschaft und kleine Durchstechereien inbegriffen.

Was macht es schon, wenn 1,2 Millionen Dollar unter dem Tisch durchgeschoben wurden – nur um die Spiele der Eishockey-Mannschaften der Ver-

einigten Staaten und Kanadas in die für Nordamerikaner günstigste Fernsehzeit zu placieren?

Nichts? „Ausgenommen eine Riesenkatastrophe“, freut sich Öl- und Olympia-Manager King, „sind alle unsere Ausgaben schon jetzt voll gedeckt.“ Einschließlich der von King anvisierten 75 Millionen Dollar Reingewinn aus den Spielen.

„Es wird der sahnigste Monat des Jahrhunderts“, beschreibt Richard Crochane, Chef des elitären Skylinehotels in der Stadt, die kaminwarmen Gefühle der Geschäftswelt gegenüber dem olympischen Februar.

Danach, wenn die Sahne weg ist, hofft Calgary auf die nächste Ölzeit. ◆



Olympia-Maskottchen Hidy & Howdy
75 Millionen Dollar Reingewinn

and Breakfast ohne Breakfast. Die Pathfinder Vacations Organisation vermietet auf den fern gelegenen Campingplätzen der Rocky-Mountain-Nationalparks Wohnmobile für 150 Dollar täglich, in denen je sechs unerschrockene Besucher schlafen können.

Außerdem vermieten die Kanadier 1400 komplette Einfamilienhäuser zu je 2500 Dollar die Woche oder 8000 Dollar für die gesamten Spiele. Ein paar Häuser sind schon zum Tarif von 20 000 Dollar für einen vollen Monat weggegangen. „Die Eigentümer“, juxt sich ein Olympia-Funktionär, „fliegen mit einem Teil des Geldes nach Hawaii und stellen am Strand die Olympia-Glotze an.“