Olympia

ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT

Nach dem ökologischen Fiasko von Albertville versuchen die Organisatoren der Winterspiele in Lillehammer eine Zeitenwende. Die naturverbundenen Norweger haben sich selbst und dem IOC scharfe Umweltvorschriften auferlegt. Das grüne Profil der Spiele ist auch gut fürs Geschäft: Die Sponsoren bessern ihr Image auf.

Olympische Skisprunganlage in Lillehammer: Staatsbürgerliche Pflicht dabeizusein

Norwegens Uhren, resümierte Hans Magnus Enzensberger einen mehrjährigen Aufenthalt, gehen anders als die des Kontinents: „Diese kleine, periphere Gesellschaft hinkt hinter der Zeit her und ist ihr zugleich voraus."

Dieses Paradox, so der Schriftsteller, liege im Doppelcharakter der Bewohner verankert, die Hinterwäldler wie Kosmopoliten seien: „Norwegen ist Europas größtes Heimatmuseum, aber auch ein riesiges Zukunftslabor."

In gut vier Wochen beginnt in der fortschrittlichen Idylle hoch im Norden ein neues Experiment. Wenn am 12. Februar, gegen 16 Uhr, in Lillehammer die 17. Winterspiele eröffnet werden, versuchen die norwegischen Ausrichter eine olympische Zeitenwende.

Angetrieben wurden die Veranstalter von Ministerpräsidentin Gro Harlem Brundtland, die ihre heimischen Olympiaplaner aufforderte, „in einer Zeit der großen Veränderungen" auch das weltgrößte Sportereignis mit „neuen Ideen" zu reformieren. Die Norweger haben daraufhin das olympische Credo des „citius, altius, fortius" neu übersetzt: kleiner, natürlicher, vernünftiger.

„Die Tragödie von Albertville wird sich nicht wiederholen", verspricht Gerhard Heiberg, der Chef des Lillehammer Organisationskomitees (LOOC). Vor zwei Jahren war das Internationale Olympische Komitee (IOC) für das seelenlose Kommerzspektakel in den Savoyer Alpen heftig gescholten worden. Da kommt der norwegische Weg, Olympia zu interpretieren, gerade recht: zurück in die Zukunft.

Alles soll besser werden – statt französischen Pomps skandinavische Bescheidenheit, statt betonierter Schneisen durch den Wald Umweltschutz, statt 13 nur 5 Austragungsorte, statt Desinteresse nationale Begeisterung.

Albertville waren die Spiele der Fremdenverkehrsdirektoren aus der Re-

gion Savoyen, Lillehammer werden die Spiele des Volkes. Sport, zumal in der Natur, bestimmt das Leben der Norweger. Ob ihr Bewegungsdrang nun als Therapie dient für die winterdepressive Seele oder als Ventil in hellen Sommernächten – fast jeder zweite gehört einem Verein an. Skispringen und Skilanglauf wurden in diesem Land erfunden.

Allerorten ist Skilauf Unterrichtsfach, in der Provinz sind Langlaufski ein alltägliches Transportmittel. Wenn Langlauf im Fernsehen übertragen wird, steht das Land still. Eine Parlamentsdebatte zum Thema EG wurde schon mal abgebrochen, weil die meisten Abgeordneten den TV-Geräten in der Lobby den Vorzug gegeben hatten – die Herrenstaffel war auf Goldmedaillenkurs.

Norwegen fiebert den Winterspielen derart entgegen, daß es viele für ihre staatsbürgerliche Pflicht hielten, die Stadien vorher zu besichtigen. Im vergangenen Jahr spazierten über 200 000 Olympiapilger durch die Eishalle in Hamar, die einem kieloben treibenden Wikingerschiff nachempfunden wurde. Über 100 000 Besucher erklommen den Turm der Skisprunganlage in Lillehammer und trugen sich stolz ins „Besøksprotokoll“ ein, kaum weniger besuchten die in einen Berg getriebene Eishockeyhalle in Gjøvik. Der in jeder Arena zu entrichtende Obolus von 10 norwegischen Kronen, rund 2,30 Mark, brachte den Veranstaltern unerwartete Einnahmen.

Brennt am Fuße der Schanze erst mal die olympische Flamme, erlebt das Gudbrandstal, 170 Kilometer nördlich von Oslo, eine Invasion. Drei Wochen nachdem das LOOC im September 1992 einen Bestellkatalog an alle norwegischen Haushalte verschickt hatte, lagen bereits 1,8 Millionen Kartenwünsche vor. Um die 31 000 Plätze im Langlaufstadion bewarben sich für den Tag der Herrenstaffel über 200 000 der 4,2 Millionen Norweger.

Während der Spiele werden täglich über 100 000 Zuschauer erwartet, von 3.30 Uhr bis 9 Uhr wird alle zehn Minuten ein Schnellzug die Hauptstadt mit Ziel Lillehammer verlassen. Am Rande der Loipen werden Tausende im Zelt übernachten, um ihren Helden Vegard Ulvang und Bjørn Daehlie nahe zu sein.

Nach den sterilen Fernsehspielen von Albertville, als der beste Zuschauerplatz jener im Pantoffelkino war, verspricht Lillehammer ein Publikumsfest,

„Wir versuchen, den Schaden möglichst gering zu halten“

die wohl wärmsten Winterspiele seit Innsbruck 1976. In Norwegen, da ist die Nation wieder altmodisch, wird Sport noch nicht als showgerecht inszenierte Unterhaltungsware betrachtet. Auch ein Starkult, wie ihn etwa die Italiener um ihren Alberto Tomba betreiben, ist den Sportenthusiasten fremd. Sie bewundern die Leistung des Athleten, weniger sein Showtalent.

Sicher wird es der Propagandamaschine des IOC in den nächsten Wochen bis hinein in die Eröffnungsrede seines Präsidenten Juan Antonio Samaranch gelingen, die Spiele zum saubersten, umweltfreundlichsten Ereignis der neueren Geschichte hochzujubeln.

Sie werden jede Anemone einzeln erwähnen, die umgepflanzt wurde. Sie werden darauf hinweisen, daß der Standort der Eishalle in Hamar wegen eines Vogelschutzgebietes verlagert wurde, daß die giftiges Ammoniak führenden Kühlrohre der Bob- und Rodelbahn erstmals sicher in Beton gebettet sind, daß die Patronenhülsen der Biathleten von einer Kugelauffanganlage gesammelt werden, daß der individuelle Autoverkehr in Lillehammer während der Wettkämpfe ruht.

Das alles ist wahr und schon ausgiebig gelobt worden. Es dient hervorragend zur Selbstentlastung des IOC, das in Albertville ein „Öko-Fiasko“ (*Taz*) hinterlassen hat, aber es berechtigt nicht zur Selbstbeweihräucherung. Denn nicht das IOC hat Lillehammer aufgefordert, natürliche Spiele zu veranstalten. Lillehammer hat dem IOC erklärt, wie man in Norwegen solch ein Spektakel auszurichten gedenkt.

Und so behauptet im LOOC auch niemand, in Lillehammer würden grüne Spiele ausgetragen. Jeder weiß: Olympia gefährdet die Gesundheit der Natur, und die grünsten Spiele sind die, die nicht stattfinden. „Was wir versuchen“, sagt Olav Myrholt vom Projekt „Umweltfreundliches Olympia“, „ist, den Schaden möglichst gering zu halten.“

„1994 bietet die einmalige Chance, eine Vision zu realisieren“, sagt Sigmund Haugsjå. Der Professor von der Osloer Sporthochschule ist der Ombudsmann für Ökologie im LOOC-Hauptquartier: „Wir wollen Standards setzen“, dem Ungeheuer Olympia „Wege in die Zukunft weisen“.

Während das IOC die Zukunft darin sah, den ehernen Austragungsrhythmus höheren Profiten zu opfern und die Winter- und Sommerspiele jetzt alternierend alle zwei Jahre auszutragen, will Haugsjå „eine Frontlinie des Naturschutzes“ zie-

In den Berg gebaute Eishockeyhalle in Gjøvik: „Wir machen hier nur einen Anfang“

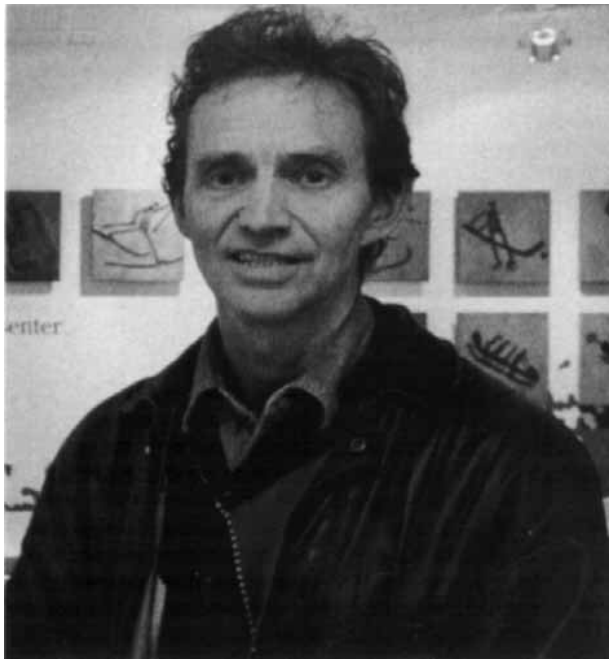
hen. Ein paar umweltverträgliche Vorzeigebauten reichen ihm dazu nicht. Es sind die Kleinigkeiten, die deutlich machen, wie ernst es ihm ist. So wird

- der olympische Müll von 3000 Soldaten getrennt werden;
- jedes Siegertreppchen statt aus Holz oder Kunststoff aus Gletschereis geformt und sich nach Gebrauch in Wasser auflösen;
- auf der alpinen Abfahrt in Kvitfjell statt einer Holzhütte ein dem Landschaftsbild angepaßtes Starthäuschen aus Naturstein stehen;
- Sportlern und Journalisten das Essen auf 900 000 Tellern aus kompostierbarem Kartoffelmehl mit Bestecken aus gestärktem Mais serviert.

„Albertville“, sagt Haugsjå, „hat es uns leichter gemacht.“ Der weltweite Druck, das Versprechen „von Spielen mit grünem Profil“ einzuhalten, läßt sogar die Sponsoren parieren. Alle Verträge mit Zulieferern, Ausrüstern und Werbepartnern enthalten Umweltklauseln. Kodak erhielt die Erlaubnis, die Filme sämtlicher Pressefotografen zu entwickeln, nur unter der Bedingung, jedwede Abwasserbelastung auszuschließen.

Weil Coca-Cola in Albertville 60 Prozent des Abfalls der Zuschauer verursacht habe, wurde dem Getränkekonzern vom LOOC der Einsatz wiederverwertbarer Becher und Flaschen auferlegt. Die plötzliche Bereitschaft der Sponsoren ist ein Tribut an den Zeitgeist: „Die Industrie hat erkannt“, so Haugsjå, „daß das grüne Profil ihr Imagevorteile verschafft.“

In den Jubelkanon des IOC wollen die Organisatoren dennoch nicht einstimmen. Beste Spiele aller Zeiten? „Wir haben“, sagt LOOC-Pressedirektor Tor Aune, „einen Minimalkonsens mit der Natur gefunden.“



Umweltschutzkoordinator Haugsjå
„Eine Vision realisieren“

Aune ist ein Typ, der in schwarzen Cowboystiefeln und im gemusterten Sweatshirt zu seinem eigenen Empfang erscheint, dabei das Clausthaler aus der Flasche trinkt. So wie viele seiner Kollegen bleibt er nicht nur habituell auf Distanz zum feinen IOC: „Wir machen hier nur einen Anfang.“

Vielleicht, weil sie nicht verbissen um die Spiele gerungen haben, sondern dem Mächtepoker einer Bewerbung mit Naivität begegnet sind, haben die norwegischen Olympiamacher das Selbstbewußtsein und die Unbekümmertheit, sich vom IOC nicht einschüchtern zu lassen.

Eisschnellaufstadion in Hamar: „Minimalkonsens mit der Natur“

An das Weltsportfest ist Lillehammer wie durch einen Unfall geraten. Ein exklusiver Kreis von Wirtschaftsfunktionären, Bankmanagern und Kommunalpolitikern hatte 1981 das Thema Olympia erstmals diskutiert. Die Erdölfunde in der Nordsee hatten den Westen in eine blühende Landschaft verwandelt, das östliche Oppland, von jeher eine strukturschwache Region, fand sich plötzlich im Schatten des Öls. Winterspiele, so die Idee, könnten den Impuls zu einer touristischen Aufwärtsentwicklung liefern.

Angesichts der landesweiten Sportbegeisterung erschien es allen Parteien opportun, die Bewerbung gutzuheißen. „Die Unterstützung", analysierte Olav Spilling, Soziologe am Institut für Ostlandforschung, „war nicht mehr als ein symbolischer Akt."

Da niemand an den Zuschlag glaubte, gab es auch keine eingehende Parlamentsdebatte „über den Fall X". Und nachdem 1986 Albertville gewählt worden und Lillehammer erwartungsgemäß durchgefallen war, kümmerte sich in Oslo auch niemand um die zweite Bewerbung 1988.

„Albertville hat es uns leichter gemacht"

Doch diesmal gewann überraschend Lillehammer – mit einem unausgegorenen Konzept und gegen vergleichsweise schwache Konkurrenten (Sofia, Anchorage, Östersund). Erst nach der Wahl wurde ernsthaft geplant, gerechnet und gestritten.

Die hitzigen Debatten, die gewöhnlich eine Bewerbung begleiten, wurden post votum ausgetragen: Das Tourismusbüro forderte den olympischen Park näher ans Stadtzentrum, der Eishockey-Verband mahnte mehr Hallen an, die Eisschnellläufer lehnten ein Freiluftstadion ab, umliegende Orte wie Hamar oder Kvitfjell wurden beteiligt.

Zum politischen Skandal weitete sich das Olympiaprojekt aus, als die wahren Kosten öffentlich wurden: Aus 1,8 Milliarden Kronen waren 7,2 Milliarden (1,66 Milliarden Mark) geworden. Wenn am 27. Februar Bürgermeister Audun Tron die olympische Fahne an seinen Amtskollegen aus dem japanischen Nagano weitergeben wird, hat das „Fest der Jugend" den Staat rund 4,6 Milliarden Kronen gekostet, weitere 2,4 Milliarden hat er ausgegeben für den Bau von Eisenbahnstrecken, Straßen und des Medienzentrums, das nach den Spielen der örtlichen Hochschule übereignet wird.

„Hätten wir damals das Defizit erkannt", sagt der seinerzeit amtierende Sportminister Lars Roar Langslet, „hät-

ten wir die Bürgschaft nie unterschrieben."

Die Bevölkerung hat sich auch durch die Kostenexplosion nicht irritieren lassen. Der Ölreichtum – Norwegen ist hinter Saudi-Arabien und den Vereinigten Emiraten drittgrößter Rohölexporteur – dient auch in Rezessionszeiten als Beruhigungsmittel. Meinungsumfragen ermittelten sowohl im Land als auch in der Stadt Lillehammer weniger als ein Drittel ablehnende Stimmen.

„Private Verschwendung", hat Enzensberger einmal gedeutet, „betrachten Norweger mit scheelen Augen, öffentlichen Luxus mit patriotischem Stolz."

So macht es auch nichts, daß dem 23 000-Einwohner-Städtchen kaum positive nacholympische Effekte zuteil werden. Vielen Bürgern genügt es, wenn der Flurschaden gering ausfällt: „Olympia kommt und geht", sagen sie.

Zwar beteuert Stadtoberhaupt Tron unverdrossen, „unsere Region zu einem

Nach Olympia soll Pavarotti die Hallen füllen

der wichtigsten Wintersportzentren Skandinaviens zu machen". Für ein geplantes Top-Hotel fanden sich jedoch keine Investoren – was zur Folge hat, daß die IOC-Herrschaften in Lillehammer gewohnten Luxus entbehren müssen.

Kaufleute internationaler Hotelketten sahen keinen Sinn darin, in eine Kleinstadt zu investieren, die immer nur Durchgangsstation in den hohen Norden war – und wohl auch bleiben wird.

Die verschlafene Region am Mjøsa-See hat keine touristische Infrastruktur, und Olympia hinterläßt keine: Auf dem neuen, 50 Kilometer entfernten Skiberg in Kvitfjell gibt es eine famose Abfahrt, aber kein Hotelzimmer, die Håkon-Eishalle in Lillehammer bietet keinen Schlittschuhverleih, und die Langlaufloipe ist für den durchschnittlichen Skiwanderer zu anstrengend.

Dagegen hat die Region jetzt vier Sporthallen mit einer Gesamtkapazität von über 30 000 Zuschauern. Daß es nicht so viele Europa- und Weltmeisterschaften gibt, um die Olympiabauten auszulasten, räumen die Betreiber ein. Deshalb soll künftig die hohe Kultur über das dünnbesiedelte Land kommen – am besten Luciano Pavarotti. Um die Folgekosten einzuspielen, spottet der Sozialwissenschaftler Peter Vonlanthen, müsse Pavarotti „in Oppland eben viermal pro Jahr singen".

Den Optimismus des Bürgermeisters kann der Tourismusforscher nicht teilen. „Die Gratis-Werbung der Spiele" sieht Vonlanthen verpuffen: „Was will man zweimal in Lillehammer?" ❑