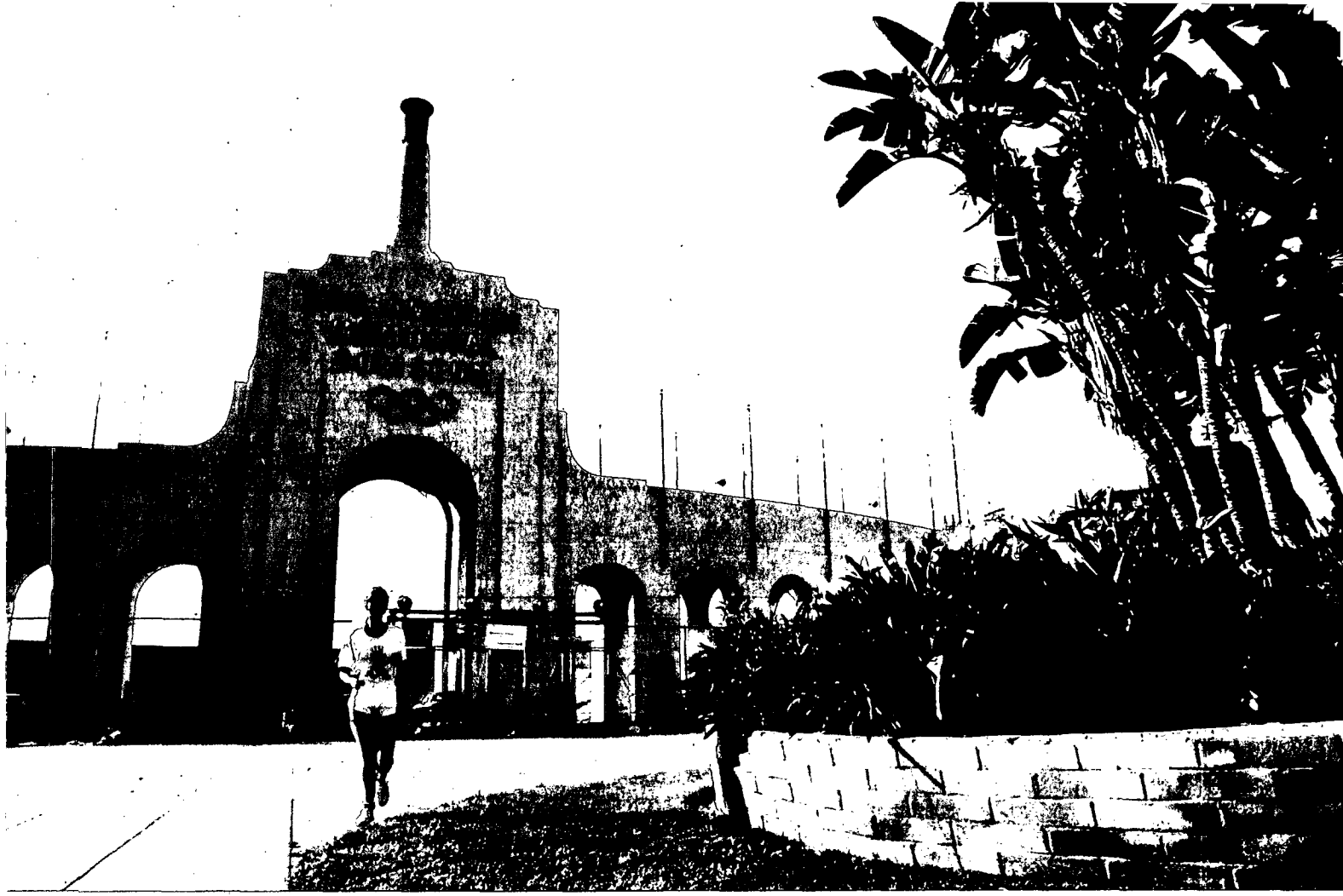


Olympia-Stadion in Los Angeles: Droht der Jugend der Welt ein Bulettenfestival?

„Unglaublich mißbraucht, kaltblütig mißbraucht"

SPIEGEL-Redakteur Hans Joachim Schöps über die Olympischen Spiele in Los Angeles

Zum ersten Male werden Olympische Spiele privat veranstaltet und privat finanziert. Jetzt werde sich zeigen, „was freies Unternehmertum zu leisten imstande ist", verspricht einer der Ausrichter des Weltfestes, das nächstes Jahr in Los Angeles stattfinden wird. Bei der Organisation wird gespart, doch der Kommerz kämpft auf Schritt und Tritt mit, und die Amerikaner halten das für ein „Modell der Zukunft". Ist es das Ende der olympischen Idee oder nur das Ende der Heuchelei, die mit Olympia seit langem betrieben wird?

Bislang haben die Leute bei Levi Strauss in Amerika immer nur Hosen gemacht, ein ehrbarer Beruf, aber natürlich nichts, worauf man sich etwas einbilden könnte. Nun jedoch, sagt Robert D. Haas, der Vizepräsident der Bekleidungsfirma, „sind wir stolz".

Das Unternehmen stiftete acht Millionen Dollar für die Ausrichtung der Olympischen Sommerspiele, die übers Jahr in Los Angeles stattfinden werden. Und wie der Präsident von Levi's trägt jetzt so mancher Wirtschaftsführer der Vereinigten Staaten den Kopf ein Stück höher.

„Wir sind stolz, dabeizusein", sagt ein Manager des Bierbrauerkonzerns Anheuser-Busch, dessen Unternehmen den Olympia-Organisatoren zehn Millionen Dollar schenkte. „Stolz darauf, daß wir mithelfen können", sind sie auch bei

Olympia-Werbung: „Eine Marketing-Chance, wie

McDonald's, dem Frikadellenbrater, der neun Millionen spendierte.

Etwas umständlicher erklärte sich die US-Tochter des japanischen Filmriesen Fuji, die mit fünf Millionen Dollar zur Hand war und damit „einen Beitrag zur besseren Kommunikation zwischen den Menschen dieser Welt" leistete. Coca-Cola wiederum ist wegen der 15 Millionen, die hergegeben wurden, einfach nur „stolz".

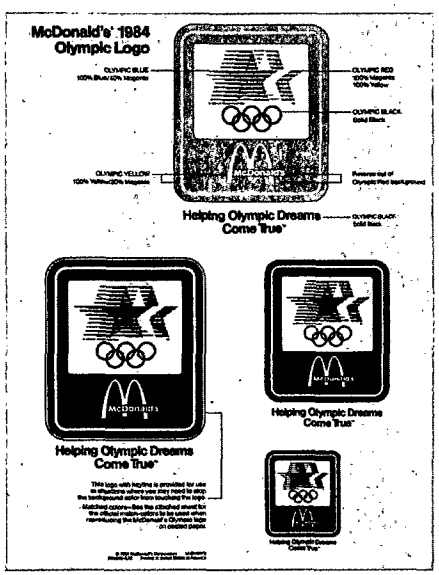
Vermutlich ist inzwischen selbst Jere Thompson ein stolzer Mann, der Präsident der Supermarktkette Southland Corporation. Er baute den Olympia-Veranstaltern für drei Millionen Dollar ein Radstadion, war aber nicht gleich im Bilde. „Ich wußte nicht, worum es geht", räumt er ein, „ich konnte nicht einmal den Namen Velodrom aussprechen."

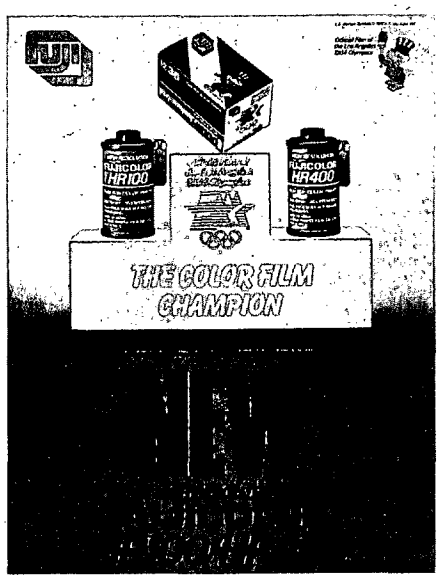
Mit gutem Recht sind sie alle froh darüber, daß nun, da die Jugend der Welt zum friedlichen Wettstreit nach Amerika kommt, so viele Millionen fließen. Aber davon kann man schließlich nicht leben. Und deshalb wollen die Stifter, Jere Thompson und Präsident Haas und noch rund dreißig andere, an diesen Spielen auch ihrerseits teilhaben.

Bei Coca-Cola zum Beispiel ist eine „Olympic Task Force" gestartet. 21 Millionen Getränke der Firma, so hat das Team schon ermittelt, werden während der Wettkämpfe verkauft werden. Coke und Diet Coke, Sprite und Minute Maid sind jetzt die „Official soft drinks of the Olympics", können aber von Natur aus darauf nicht stolz sein.

35 Millionen Dollar sollen allein für die Fernsehwerbung ausgegeben werden, die dann das „Image of association" besorgt: „Wenn unsere Käufer", erklärt einer von der Task Force, „in einem Geschäft vor einem Regal stehen, in dem Coke und Pepsi sind, muß sich im Bewußtsein durchsetzen: Coke hat die Olympiade mitfinanziert, und für wen entscheidet sich dann der Käufer? Natürlich für Coca-Cola."

Levi Strauss kleidet kostenlos die Olympia-Offiziellen ein, die vielen Helfer und die US-Athleten, will es bei dieser Wohltat aber auch nicht belassen. Der Dreß der amerikanischen Mannschaft soll nämlich durch eine Art Volksentscheid ermittelt werden. Drei verschiedene Entwürfe werden bis September im Werbefernsehen zur Wahl gestellt, und bei Levi's-Händlern kann dann die Stimme abgegeben werden –



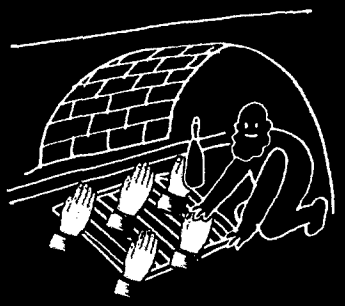


wir sie noch nie gehabt haben"

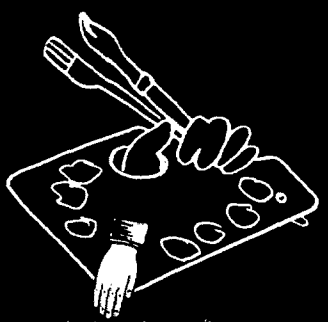
wohl wirklich, wie die Firma anmerkt, „ein Novum in der olympischen Geschichte".

Anfang nächsten Jahres soll die Olympia-Bekleidung für jedermann in den Läden angeboten werden, und auch das ist ein historisches Ereignis. Denn „auf diese Weise können alle Amerikaner teilnehmen". 50 Millionen Dollar wird Levi's in die Werbung und in die olympische Schneiderei stecken. Es ist „gut angelegtes

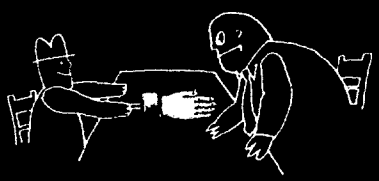
Hand drauf...



■■■ dachte der Clochard und gab seiner Schlafstatt einen gewissen Schlaraffiaeffekt.



■■■ dachte der Maler Hans F. und bereicherte seine Palette, als ihm das Roth ausging.



■■■ signalisierte vorsichtig der Funktionär, um die Verhandlung doch noch zum guten Ende zu bringen.

Roth-Händle gibt Würze.

19 für DM 3.40

HAST DU WAS ÜBER, HÄNDCHEN DRÜBER. Wir belohnen die 500 originellsten Klebeideen mit Veröffentlichung und Nennung Ihres Namens in einem Buch. Teilnehmer ab 18 Jahre. Fotos, Skizzen oder Beschreibungen bis 31.10.1983 an: ROTH-HÄNDLE, 7630 LAHR.

Der Bundesgesundheitsminister: Rauchen gefährdet Ihre Gesundheit. Der Rauch einer Zigarette dieser Marke enthält 1,3 mg Nikotin und 21 mg Kondensat (Teer). (Durchschnittswerte nach DIN).

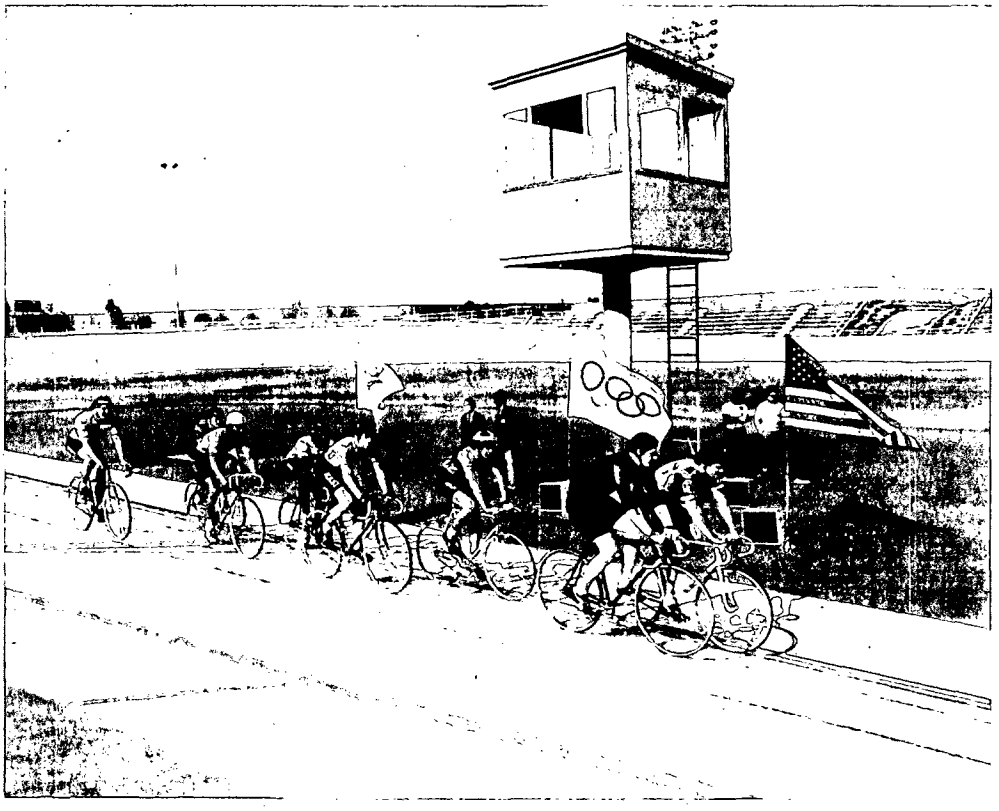
Geld", wie Robert D. Haas sagt, denn das Unternehmen „geht auf die Vierundachtziger-Olympiade zu mit einer allgemeinen Verpflichtung, Gold nach Hause zu bringen". Und mit Kleiderspenden geht Levi's nebenher auch auf die Olympischen Winterspiele zu. Sie finden, wie ein Rundschreiben der Firma verrät, in „Sarajevo, Venezuela" statt.

Die Photofirma Fuji, der es um die völkerverbindende Kommunikation zu tun ist, hat ebenfalls daran gedacht, daß „die beträchtliche Investition in neue Verpackungen, wie sie speziell für die Spiele entworfen wurden, eine sehr vernünftige Anlage für Fujis Zukunft" ist. Fuji hat eine Mannschaft amerikanischer Olympioniken auf die Werbereise geschickt, unter anderen die Sprinterin Wilma Rudolph (drei Goldmedaillen) und den Schwimmer Don Schollander (fünf Goldmedaillen). „Unsere Medienpläne", sagt Fuji-Vizepräsident Carl Chapman, „sind umfänglicher als bei jeder anderen Kampagne zuvor."

Olympia-Organisator Ueberroth: „Eine ungeheure Herausforderung . . .

Rekorde noch und noch. „Sports Illustrated", die vier Millionen Dollar spendete, chartert ein Kreuzfahrtschiff, die „Island Princess", die während der Spiele im Hafen von Los Angeles ankern wird. An Bord gehen werden die guten Anzeigenkunden des Blattes, denn „das Schiff", weiß Herausgeber Robert L. Miller, „gibt uns eine Marketing-Chance, wie wir sie noch nie gehabt haben".

General Motors stellt 500 Buicks für olympische Transportaufgaben zur Verfügung und bringt im Herbst ein neues Modell der „Century"-Reihe auf den Markt – „das Olympische Modell". Der Name liegt auf der Hand: „Die Kraft unserer Wagen und die Kraft der Athleten, Leistung und Ausdauer gehören zusammen."



. . . etwas Exzellentes auf die Beine zu stellen": **Privat finanziertes Radstadion**

Von der Bahn abgekommen sind in dieser Konkurrenz nur die Bierbrauer von Anheuser-Busch. Sie werden zwar ihre „Budweiser"-Dosen mit olympischen Symbolen bedrucken und um die 20 Millionen Dollar in Werbespots anlegen, wollen aber darauf verzichten, mit der Aufschrift „Official Beer of the Olympics" zu handeln. Die Firmenleitung hatte Bedenken, „eine Beziehung zwischen Bier und den Leistungen im Sport herzustellen".

Solche Sorgen hätten sich die Brauherren eigentlich nicht machen müssen. Für empfindsame Naturen ist bei diesen Spielen, die Ronald Reagan am 28. Juli eröffnen wird, sowieso nichts zu gewinnen. Denn noch nie zuvor hat sich der Kommerz so ungeniert der olympischen Idee bedient. In Los Angeles werden, wie der britische „Observer" schreibt, „der Welt die ersten Big-Business-Spiele präsentiert".

Schon beginnt sich die Neuheit herumzusprechen. Bestürzt warnte von Italien her Mario Pescante vom Nationalen Olympischen Komitee: Die Amerikaner behandelten das würdevolle Fest „als ein beliebiges geschäftliches Unternehmen" und von „einem Standpunkt aus, der von kaufmännischen Interessen bestimmt ist". In Deutschland mahnte die „Frankfurter Allgemeine", die auch den Sportbetrieb von hoher moralischer Warte aus betrachtet: „Profigeist und kapitalistisches Denken begleiten die Vorbereitungen." Josef Neckermann, Vorsitzender der Deutschen Sporthilfe und bedeutender Dressurreiter, ist darauf gefaßt, nun „manches zu erleben, was uns fremd sein wird". Selbst eine Einheimische wie Maureen Kindel, Stadtbedienstete von Los Angeles und immerhin im Aufsichtsrat des olympischen Organisationskomitees, ist „beunruhigt, daß die Seele, der Zauber der Spiele Schaden erleiden".

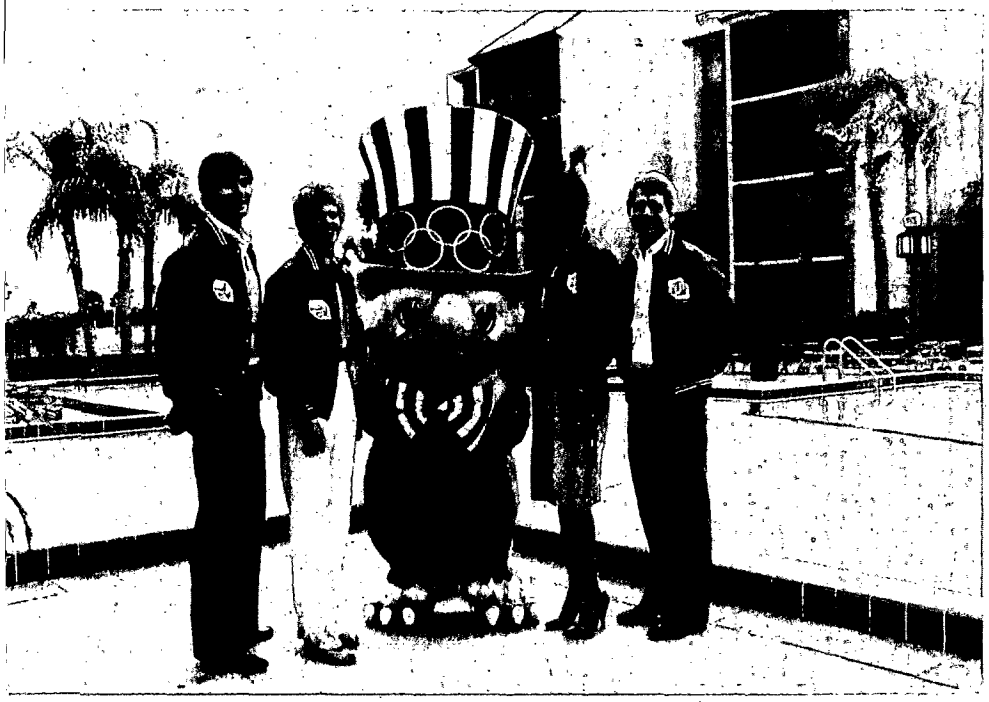
Eine gewisse Gefahr läßt sich da wohl nicht leugnen. Für Joel Rubinstein zum Beispiel, Marketingdirektor des Organi-

sationskomitees und schon deshalb für das Seelische nicht zuständig, wird „die Olympiade zeigen, was freies Unternehmertum zu leisten imstande ist", und als habe er damit noch nicht genug entzaubert, fügt er spröde hinzu: „Olympia wird als Geschäft vermarktet."

Sein Chef Peter Ueberroth, der Präsident des Komitees, hat unterdessen ein neues olympisches Zeitalter ausgerufen, in dem die Jugend der Welt und die Unternehmer der Welt gleichsam untergehakt um die Wette kämpfen. „Die Partnerschaft zwischen Geschäft und Olympia", sagt er, „ist geprägt von olympischem Geist. Sie ist ein Modell für die Zukunft."

Sohn deutscher Einwanderer aus Lübeck und in Chicago geboren, gründete vor Jahren die „First Travel Corporation", ein Reiseunternehmen mit drei Angestellten. Bald danach waren es 1600, und die Firma war die zweitgrößte dieser Art in den USA.

Ein Selfmademan aus dem Musterbuch ist der Organisator der XXIII. Olympischen Sommerspiele, aber hemdsärmelig ist er dabei nicht geworden. Peter Ueberroth spricht sparsam und leise, er bewegt sich gemessen und mit Vorliebe in gedecktem Dessin, und man könnte meinen, das sei einer von Mannesmann. Blick sowie Führungsstil sind überaus geradlinig, und sein Komi-



Olympia-Werber*, Maskottchen Sam: „Beitrag zur besseren Kommunikation"?

Daß es nun so weit gekommen ist, dankt Olympia den Bürgern von Los Angeles. Nachdem die Stadt 1978 vom Internationalen Olympischen Komitee den Zuschlag für die Sommerspiele erhalten hatte, sprachen sie sich in einer Volksbefragung gegen eine Finanzierung durch öffentliche Mittel aus.

Bürgermeister Tom Bradley war ratlos, die Olympier auch, und als Austragungsort war plötzlich wieder München im Gespräch. Doch da regte sich das freie Unternehmertum. Eine Gruppe kalifornischer Geschäftsleute bot sich an, den Betrieb wieder flottzumachen, und so kam es zu den ersten privat organisierten und privat finanzierten Spielen der olympischen Geschichte.

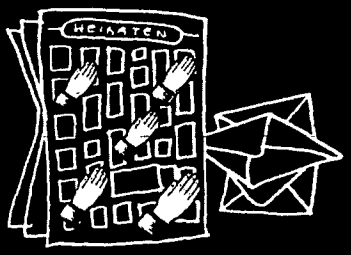
Zum Präsidenten des Organisationskomitees bestellten die Kalifornier einen Mann, der aus dem Stand große Sprünge machen kann. Peter Ueberroth, 45, tee, sagt Frank Hotchkiss, ehemals Pressechef bei Ueberroth, „regiert der wie ein Zar".

Dem glaubt man es auf der Stelle, daß dieser Olympia-Job für ihn „eine ungeheure Herausforderung war, etwas Exzellentes unter größten Schwierigkeiten auf die Beine zu stellen". Ueberroth verkaufte die Travel Corporation, behielt anteilig 4,4 Millionen Dollar übrig und fing wieder an: „Kein Büro, keine Leute, kein Bankkonto, kein Schreibpapier." Er hatte lange gezögert, und als er einstieg in das Pionierunternehmen, kam ihm „ein ironischer Gedanke": Es war am Fools Day, dem 1. April.

Nun verdient er statt der 400 000 Dollar, die er sich vorher als Geschäftsführer hatte zukommen lassen, 140 000 im Jahr, und wenn jetzt das letzte Jahr vor der Eröffnung der Spiele beginnt, arbeitet er sogar unentgeltlich. Sein Organisationsapparat ist über 400 Mitarbeiter noch kaum hinausgekommen, und auch für die ist dort nicht viel zu holen. Die Leute arbeiten trotzdem, wie Lutz Endlich vom

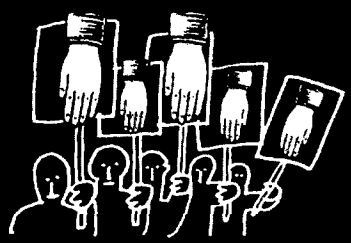
* PR-Gruppe der Firma Fuji mit den Olympiasiegern Jim Ryun (Leichtathletik), Ann Meyers (Basketball), Wilma Rudolph (Leichtathletik) und Don Schollander (Schwimmen).

Hand drauf...



■■■ *sprach Karl-Anton P. und* reichte an einem Tag 200 Damen eine Hand für's Leben.

■■■ *sagte Johannes B. und* gab dem Handaufleger durch Handaufkleber einiges zu denken.



■■■ sagten die Protestanten *und machten deutlich, in welche* Richtung der Finanzausschuß ihrer Meinung nach steuern sollte.

Roth-Händle gibt Würze.

19 für DM 3.40

GEHT DIR WAS QUER, HÄNDCHEN HER. Wir belohnen die 500 originellsten Klebeideen mit Veröffentlichung und Nennung Ihres Namens in einem Buch. Teilnehmer ab 18 Jahre: Fotos, Skizzen oder Beschreibungen bis 31.10.1983 an: ROTH-HÄNDLE, 7630 LAHR

Der Bundesgesundheitsminister: Rauchen gefährdet Ihre Gesundheit. Der Rauch einer Zigarette dieser Marke enthält 1,3 mg Nikotin und 21 mg Kondensat (Teer). (Durchschnittswerte nach DIN).

westdeutschen „Bundesausschuß Leistungssport" wahrgenommen hat, „wie die Wilden". Und auf das Einkommen kommt es womöglich auch gar nicht an.

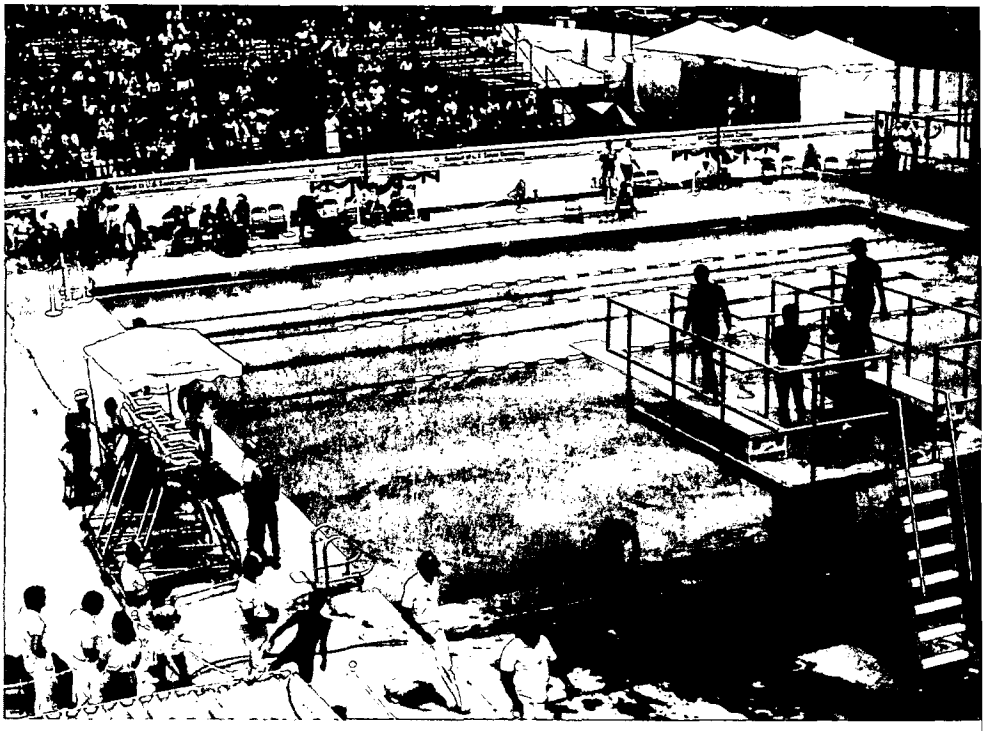
„Im Komitee", sagt Frank Hotchkiss, „gibt es eine merkwürdige Mischung von Politik und Geschäft, die von außen nicht zu erkennen ist." Dafür tätig zu sein, meint Ted Hinshaw, der das olympische Segeln organisiert, werde „sich als Sprungbrett für die Karriere erweisen. Man lernt viele wichtige Leute kennen, und nach den Spielen wird sich das für manchen auszahlen".

Hinshaw, 53, gibt aber auch ein Beispiel dafür ab, daß zu der Mischung von Politik und Geschäft noch ein anderer, schwer bestimmbarer Anteil gehört, eine Art Siegeswillen von Ueberrothschem Zuschnitt, der schon fast wieder an die Seele denken läßt. Er hat seinen vorzüglich dotierten Managerjob bei der Investmentfirma „The Capital Group" aufgegeben, um die Olympia-Segelei auf Kurs zu bringen. Schlecht geht es ihm nicht: „Ich habe Gott sei Dank Aktien." Aber die 5000 Dollar im Jahr, die ihm Peter Ueberroth auf die Hand gibt, reichen gerade zu einem Satz Segel für seine zwölf Meter lange Jacht, mit der er nach den Spielen auf eine Weile in den Pazifik will.

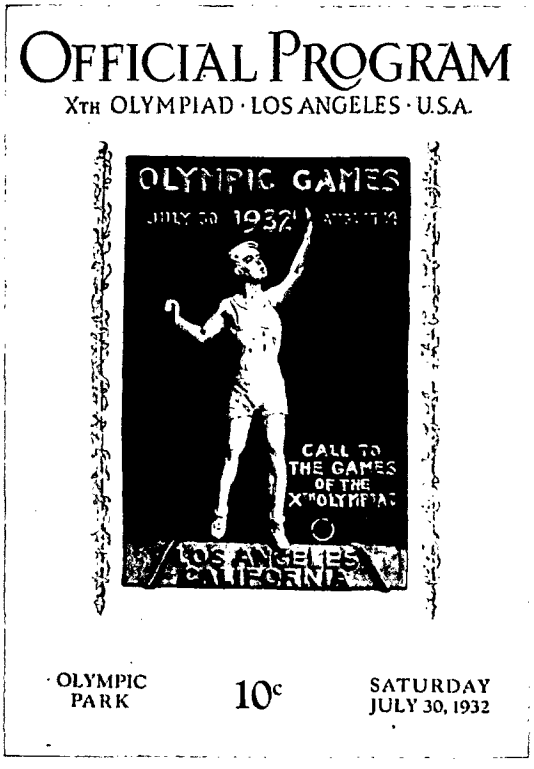
An Antrieb fehlt es also nicht in Ueberroths Mannschaft, aber gereiften Sportfunktionären muß das vorkommen wie Peterchens Mondfahrt: 400 schlecht entlohnte, manchmal gar nicht bezahlte Leute unter der Führung eines Reiseunternehmers wollen ein Ereignis bewältigen, das gemeinhin ganze Regierungslager unter Dampf setzt. 12 000 Athleten aus 150 Ländern werden erwartet, rund 10 000 Offizielle samt Anhang, an die 8000 Presseleute und einige Millionen Besucher. Obendrein will Peter Ueberroth die ungeheure Herausforderung mit einem Etat von 470 Millionen Dollar lösen, ein Betrag, der staunen macht.

Neun Milliarden Dollar haben die Sowjets für ihre Moskauer Spiele ausgegeben, und die wurden dann auch noch boykottiert. 1,5 Milliarden mußten in Montreal aufgebracht werden; die Stadt und ihre Bürger werden die Schulden noch bis in das Jahr 1996 hinein abtragen müssen. Der Privatunternehmer Ueberroth kann sich so etwas überhaupt nicht leisten. „Wir geben", sagt der Präsident, „nur fünf Prozent von dem aus, was die Sowjets ausgegeben haben", aber er weiß auch, wie in der olympischen Welt darüber gedacht wird: „Bislang haben wir es nicht erreicht, internationales Vertrauen aufzubauen, weil viele nicht glauben können, daß wir das fertigbringen."

Fertigbringen kann er das auch nur, weil der Großraum Los Angeles mit Sportstätten gut versehen ist und weil eben der fehlende Rest, wie das Velodrom oder das Schwimmstadion, von der Marktwirtschaft hergerichtet wird. Die Leichtathletikwettbewerbe, Eröffnungs- und Abschlußfeier werden im „Memorial Coliseum" stattfinden, jener Arena, in der 1932 schon einmal olympische Sommerspiele veranstaltet wurden. Die Jahre sind diesem Stadion natürlich anzusehen, Efeu bedeckt freundlich den Altbau. Aber jetzt kommt Atlantic Richfield, ein Erdölmulti, renoviert für neun Millionen Dollar die Räumlichkeiten, legt außerhalb Übungsplätze an und drinnen eine schnelle Laufbahn – mit dem Werkstoff eines deutschen Herstellers.



Privat finanziertes Schwimmstadion (Sprungbecken): Zeichen für die Welt . . .



Olympia-Programm von 1932
. . . was Amerikaner schaffen können?

Die vier Millionen Dollar, die zum Beispiel das Kreditkartenunternehmen American Express oder United Airlines an die Firma Ueberroth gezahlt haben, sind sozusagen der Mindesteintritt für den Werberummel. Den olympischen Rekord erreichte die amerikanische Fernsehgesellschaft ABC: 225 Millionen Dollar für die US-Bildschirmrechte, und dafür soll es dann auch im nächsten Sommer „die größte Fernsehshow dieses Jahrhunderts" geben.

In München war diese Fernsehlizenz noch für 13,3 Millionen Dollar vergeben worden. Die Sowjets acht Jahre später witterten Devisen und steigerten auf 85 Millionen, wohl immer noch ein Sonderangebot. Denn die happige Gebührenerhöhung für Los Angeles ist schon wieder verdient.

Wer jetzt noch werben will während der Spiele, kommt zu spät. Die ganze Zeit ist ausverkauft – für 615 Millionen Dollar. Und da fällt es wohl nicht ins Gewicht, wenn von den Kollegen in aller Welt bei weitem nicht soviel zu holen war, wie die Amerikaner sich das gedacht hatten.

84 Millionen Dollar für die Übertragungsrechte sollte die Eurovision bezahlen, der schon bei den 6,1 Millionen, die letzthin Moskau forderte, das Flimmern gekommen war. Höchstens zehn Millionen wollten die Europäer nun aus-

geben, und erst, als der italienische Privatsender Canale 5 plötzlich mitbot, verständigten sie sich mit den Amerikanern auf 19,8 Millionen. Dieser Betrag allerdings ist nur eine Art Grundgebühr für olympische Bilder. Sämtliche Dienstleistungen, wie Studioräume oder technischer Beistand, müssen extra bezahlt werden, und auch das widerspricht allem Brauch.

Zusätzlich gut 17 Millionen Mark werden ARD und ZDF noch aufbringen müssen. Der Platz für einen Sprecher im Stadion kommt samt Technik auf 18 000 Mark. Für den Quadratmeter Studio nehmen die Amerikaner 700 Mark; Schreibtisch (60 Dollar), Lampe (25 Dollar) oder dreisitziges Sofa (58 Dollar) werden selbstverständlich gesondert berechnet.

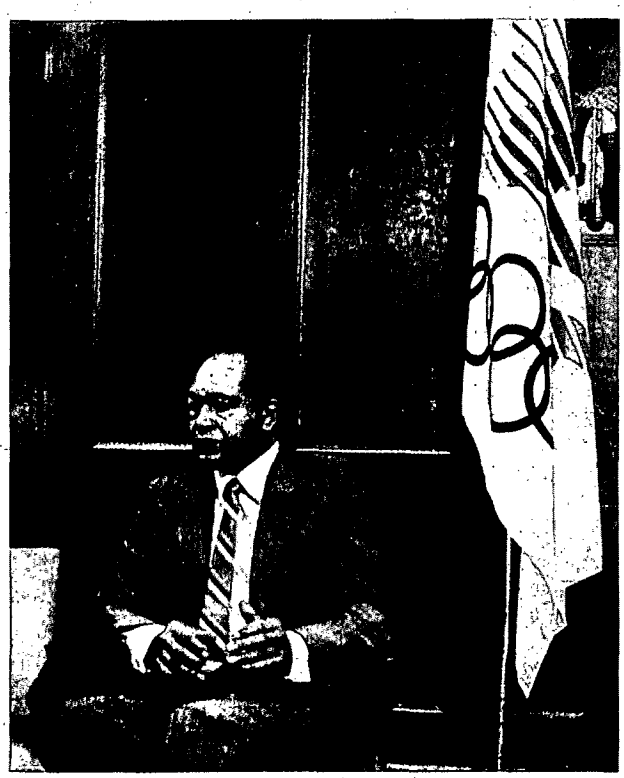
Ostblock-Länder wie die Tschechoslowakei und Rumänien haben wissen lassen, daß sie unter diesen Umständen auf olympische Übertragungen verzichten würden; dort fehlt es ohnehin an Devisen. Und als die Amerikaner auch mit den Japanern um die Millionen stritten, kam ein warnender Wink vom Außenministerium in Washington: Man möge behutsam sein, sonst werde Tokio womöglich auf Rache sinnen und auf anderen Feldern der Wirtschaft zurückschlagen.

Hier und dort langt das Unternehmertum auf eine Weise zu, die auch dem Privatkomitee nicht gefallen kann. Da ist zum Beispiel Al Davis, Geschäftsmann und Besitzer des Football-Klubs „The Raiders", der seine Spiele im Coliseum austrägt. Als Olympia nahe kam, beschloß Davis, rund um das Stadion 174 Luxus-Logen zu bauen. Solche Räumlichkeiten, die es auch in anderen US-Arenen gibt, sind mit bequemen Sesseln und Teppichboden versehen, mit Kühlschrank und Fernseher, und sie kosten für Firmen oder Fans, die sie mieten wollen, um die 25 000 Dollar im Jahr.

Natürlich will Al Davis, der im Coliseum Hausrechte besitzt, von den 15 Millionen Dollar Baukosten wieder etwas hereinbringen und deshalb seine Logen während der Olympischen Spiele vermieten. Aber eine so innige Partnerschaft zwischen Geschäft und Olympia ging selbst Peter Ueberroth zu weit. Er drohte mit dem Umzug in ein anderes Stadion, das allerdings weit und breit nicht zu sehen ist. Al Davis wußte das wohl, setzte seinen Bauplan durch, überläßt nun einen Teil der Logen für drei Millionen Dollar dem Komitee und vermietet den Rest selbst.

Der Durchschnittspreis für die Olympia-Tickets soll bei nur 18 Dollar liegen, ein Betrag, für den schon ein Tribünenplatz beim HSV zu haben ist. Eine Ausnahme machen die Sonderkarten für sogenannte „Patrone". Ein Arrangement dieser Art kostet 25 000 Dollar und sichert dem Käufer täglich zwei gute Plätze nach Wahl. Der Erlös soll für Freikarten an arme Jugendliche, Behinderte und bedürftige Alte verwendet werden. Aber bei den gewöhnlichen Karten scheint wieder der Freihandel dem Komitee in die Quere zu kommen.

Um einen Schwarzmarkt auszuschließen, sollen die Tickets erst kurz vor Beginn der Spiele per Post an die Besteller geschickt werden, wenigstens in den USA. Die Händler jedoch sind zuversichtlich. „Das Olympische Komitee möchte saubere, einwandfreie Spiele haben", spöttelt Dave Adelmann von der größten Kartenagentur in Los Angeles, „das ist schön. Aber wir werden keine Probleme haben, Tickets zu bekommen. Die Leute werden uns welche schicken, wie sie das immer getan haben." Und dann, so schätzen die Kenner, wird der Eintritt um das Fünf- bis Zehnfache des normalen Preises kosten. Wen will es verwundern, daß jetzt auch noch die Bürger der Stadt mit ihren Betten ins Geschäft kommen wollen? Hotelzimmer sind kaum zu haben; das Organisationskomitee hat die meisten beansprucht für auswärtige Delegationen, die olympische Familie, die bei so schönen Reisen immer recht groß ist. Wenigstens 2500 Mark je Woche kostet umgerechnet deshalb nun ein privates Schlafzimmer mit höherem Komfort, zwischen 10 000 und 25 000 Mark liegen die Eigenheime.



Bürgermeister Bradley: Volksprotest nach dem Zuschlag

Der Präsident der West Coast University zum Beispiel, Robert Baker, bietet sein Haus für 22 500 Mark an; ein Kaufmann aus der guten Wohnlage Brentwood hat seine Villa für 33 000 Mark abgetreten, pro Woche natürlich, und „so viel", sagt er fröhlich, „würde ich nicht mal zahlen, um im Buckingham-Palast zu übernachten".

Ungewiß ist es noch, ob das Privatkomitee ausreichend Rendite mit Sam erzielen wird, dem Olympia-Maskottchen. An den Vorbereitungen für die Spiele sind auch die Walt-Disney-Betriebe beteiligt, und was lag näher, als das Symbolwesen der Sommerspiele bei den Gestaltern der Mickymaus in Auftrag zu geben.

Das arme Tier ist dem Wappenvogel der Staaten nachempfunden, dem Adler, was einem jedoch gesagt werden muß. Sam ist ein komischer Vogel geworden, und es fällt schwer, den Schmeicheleien des Organisationskomitees zu folgen: Hier handele es sich um ein Maskottchen, das „die Ideale des olympischen Mottos citius, altius, fortius wiedergibt" – schneller, höher, stärker. Donald Duck jedenfalls wäre dann eine stattliche Erscheinung, und selbst in Amerika spotten sie jetzt über den sonderbaren König der Lüfte: „Sam, the chikken."

Peter Ueberroth, der den Erfolg gewohnt ist, nimmt solche Späße ernst. Der Präsident hat viel von der Frische verloren, mit der er das Amt übernommen hatte. Die Nörgeleien im Lande und vor allem von Funktionären der internationalen Sportszene nehmen ihn mit: „Eigentlich", murrt er nun auch, „hören wir über unsere Organisation nur Negatives."

Die Besucher, die jetzt immer häufiger von auswärts kommen und vom Stand der Dinge wissen wollen, erwarten von allem immer nur das Beste. Gut zu sprechen ist Ueberroth auf die Westdeutschen Willi Daume, den Chef des Nationalen Olympischen Komitees, und dessen Generalsekretär Walther Tröger, die verständig mit ihm reden.

Die Sowjets bekommt er immer erst mit einer gewissen Verspätung zu Gesicht; deren erster Weg führt ins „Palms", ein Restaurant, das auf sieben Pfund schwere Hummer spezialisiert ist. Manch anderer aber legt sofort los mit Einwänden, mal gegen die Kampfstätten oder die Quartiere oder auch gegen die Verhältnisse in Los Angeles, für die Ueberroth nichts kann.

Walther Tröger allerdings hält den Amerikaner für nicht ganz schuldlos an diesen Reibereien. Ueberroth, meint er, habe „zuwenig Fingerspitzengefühl für andere Mentalitäten". Der „macht US-Spiele und versteht noch nicht ganz, daß

es sich um ein globales Ereignis handelt".

Tröger denkt da zum Beispiel an Ueberroths Forderung, die nationalen Olympia-Komitees sollten ihre anteiligen Kosten für die Unterbringung der Athleten und Offiziellen schon auf Monate im voraus zahlen. In Ländern der Dritten Welt, so weiß der Generalsekretär, kann diese direkte Diplomatie leicht Unwillen wecken. „Die haben manchmal in der Zeit zwischen den Spielen zwei Regierungswechsel gehabt, und da kann es vorkommen, daß die ihr Geld vom gerade Regierenden einen Tag vor der Abreise auf die Hand kriegen."

Was wird nun aus Olympia? Droht der Jugend der Welt jetzt ein Bulettenfestival, organisiert von Verkaufskanonen? Statt des olympischen Geistes, der es ohnehin schwer hat, nun die Feierlichkeit eines Supermarktes?

Generalsekretär Tröger empfiehlt, die Dinge zu nehmen, wie sie nun einmal sind, und „das alles aus der Sicht amerikanischer Verhältnisse zu betrachten". „Wir sind alle nicht glücklich", meint Josef Neckermann, der selbst einmal Goldmedaillen gewann; „die reine Kommerzialisierung wäre eine Katastrophe", aber „ich baue noch auf die Athleten" – die wohl den Geist nicht verkommen lassen würden.

Es werden, so sagt Helmut Meyer voraus, Leitender Direktor im „Bundesausschuß Leistungssport", „Spiele des Verstandes, des Engagements, eben amerikanisch". So eben, wie schon bei den letzten Winterspielen in Lake Placid, wo im Fernsehen nach den Eröffnungsworten des damaligen US-Vizepräsidenten Walter Mondale ein praller Hintern in Jeans auftauchte. Zur olympischen Hymne war es dann Pulverkaffee.

Mit so etwas ist wenigstens zu rechnen, und für manches, was unter Sams Fittichen nun aufwachsen darf, wird man sich wohl bedanken wollen. Aber ein Unglück muß das deshalb nicht sein. Es wäre nämlich auch ein Ende der Heuchelei, die alle vier Jahre wieder mit den olympischen Chören zum Himmel schreit.

Sichtbar wie nie zuvor wird sich der Widerspruch auftun zwischen der Weihewelt, die von den Wächtern olympischer Tugend verbissen verkündet wird, und der olympischen Wirklichkeit, die seit einer Weile schon eine Menge zu tun hat mit Geld und Geschäft und auch mit Politik. Diese Würde, sagt der deutsche Langstreckler Thomas Wessinghage, der sieben Monate lang in der Olympiastadt lebte und lief, „so ein hehrer Begriff – da sind die Amerikaner schon die Richtigen, einen Schlußstrich zu ziehen". Und daß nun endgültig und gewissermaßen förmlich das Unternehmertum die Spiele macht, ist ja nicht nur eine Folge jenes Notstands vor ein paar Jahren, als das Volk von Los Angeles sein Veto einlegte.

Olympia ist ein Verlustgeschäft. Ob es nun Diktatoren waren, die sich das feine Dekor dieses Weltfestes ein paar Milliarden kosten ließen, ob freie Staaten der Sportschau auf die Sprünge halfen oder sich Städte damit verschuldeten – die Bürger bezahlten es allemal. Und ob Levi's oder McDonald's nun an Komitees überweisen, die im Vereinsregister stehen, oder solche, die privat abrechnen – mit im Spiel sind sie und viele andere schon lange.

Olympia-Boykott in Montreal*: Ausgleich für gewaltsame Konflikte?

NOK-Generalsekretär Tröger
Spiele aus amerikanischer Sicht

Als der Privatveranstalter Ueberroth sein erstes, noch provisorisches Büro in einem Hochhaus beziehen wollte, ließ sich der Schlüssel nicht drehen; der Hauseigner hatte sich nach der Bonität dieser olympischen Firma erkundigt und dann die Türschlösser ausgewechselt. Nun rechnet Peter Ueberroth mit einem Überschuß von acht Millionen Dollar – der für die Förderung des Amateursports in den USA verwendet werden soll. Und die Jammerei von olympischen Würdenträgern, er betreibe da ein Geschäft wie jedes andere, kommt ihm ziemlich verlogen vor: „Wir können nicht sagen, ob wir es besser machen als andere. Wir sind auch nicht stolz auf die Art, wie wir das organisieren, nur: Uns bleibt keine andere Wahl."

Big Business wird auf Schritt und Tritt mitkämpfen. Doch ob es guten Sport geben wird, ob Athleten und Besucher auf ihre Kosten kommen, hängt viel mehr von den problematischen Verhältnissen in der Olympiastadt ab, von äußeren, schwer kalkulierbaren Störfaktoren, und das ist ein anderes Thema.

Auf die Geschichte können sich jene, die es nun schüttelt bei Ueberroths Partnerschaft zwischen Geschäft und Olympia, auch nicht berufen. Um die Kosten ging es bei den Spielen der Neuzeit: 1932 etwa, als Los Angeles das Fest zum ersten Mal hatte, mußte das deutsche Leichtathletikkontingent auf 27 Athleten begrenzt werden; schon die 99 900 Reichsmark für diese magere Auswahl waren kaum aufzubringen. Zehnkämpfer Wolrad Eberle, der gar nicht mitfahren sollte, fand für die Reisespesen einen

* Abreise der Mannschaft Togos aus Protest gegen die Apartheid-Politik.

Gönner und gewann dann die Bronzemedaille. Und bei den edlen Griechen wurde über Geld nicht geredet, es wurde verdient.

Teilnehmer wie Veranstalter der klassischen Spiele waren Vollprofis. Den Siegern wurden zum Beispiel 50 Krüge Olivenöl überreicht, die unverzüglich umgesetzt wurden. Und zu den Naturalpreisen zählten auch ausgesucht schöne Sklavinnen, die, wenn man sonst nichts mit ihnen anzufangen wußte, ebenfalls gute Erlöse brachten.

Wer damals gewann, hatte nahezu ausgesorgt. Seine Stadt befreite ihn üblicherweise lebenslang von der Steuer und bezahlte lebenslang eine Ehrenrente. Für Olympioniken gab es immer einen Freiplatz im Theater und täglich kostenlose Mahlzeiten im Rathaus. Auf den schönen Gedanken, daß Teilnahme wichtiger ist als Sieg, wären die antiken Helden nicht gekommen. Es galt nur der Sieg, schon der Zweite war ein Verlierer und ging gedemütigt vondannen. Das Fairplay war noch nicht erfunden, und olympische Poesie beschrieb, was auf dem Spiele stand: „Kranz oder Tod."

Privatleute um Spenden anzugehen, war für die Olympiamacher in Hellas schier selbstverständlich. Und wenn es bei den Spielen in Amerika nun so zugeht wie auf dem Jahrmarkt, brauchen die Griechen den historischen Vergleich nicht zu scheuen. Wenn ihre Athleten einmarschierten, fing gleich nebenan der Rummel an. Sänger und Gaukler und Huren besorgten den olympischen Rahmen, und Händler aller Art waren auch damals schon auf ihr olympisches Gold aus.

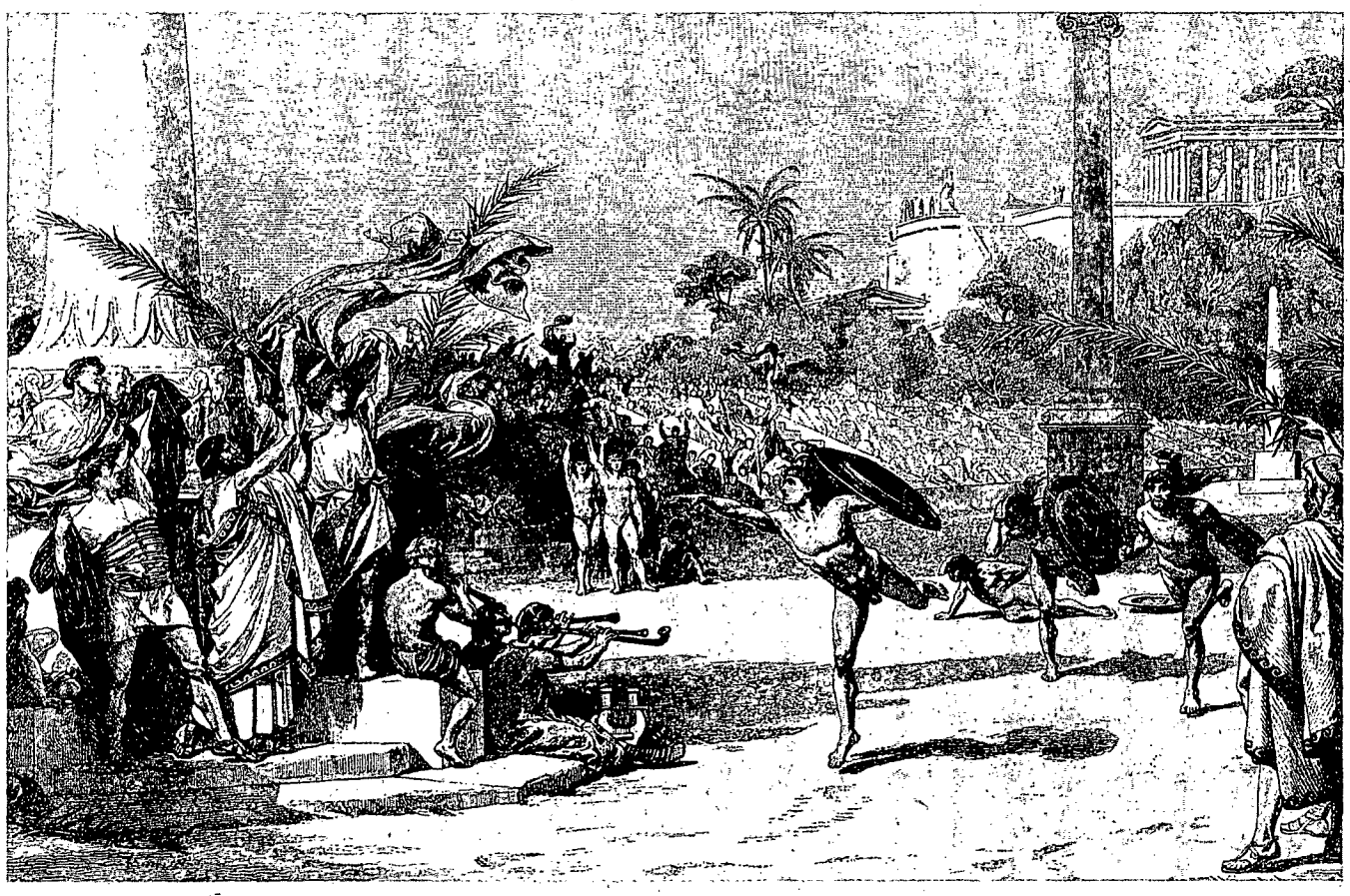
Zu den Sinnfragen, die Los Angeles provoziert, wird sicher die gehören, ob es dort nicht ganz einfach um die Festspiele der Kapitalisten gehe. Die Ostblockstaaten zählen denn auch zu den lauten Mahnern gegen den Olympiakommerz der Amerikaner, und das DDR-„Sportecho" hält es nun für ein Glück, „daß es die Deutsche Demokratische Republik gibt, in der die olympische Idee ihre wahre Heimstatt hat".

Diese Spiele wären sozusagen der letzte Beweis für den sportlich interessierten Kabarettisten Werner Schneyder, „daß die Olympischen Spiele zur Mustermesse des Wettbewerbs zweier Systeme geworden sind" – „unglaublich mißbraucht, kaltblütig mißbraucht". Und Ronald Reagan gibt ihm da völlig recht: Los Angeles, sagt der Präsident und freut sich darüber, werde „der Welt zeigen, was Amerikaner ohne staatliche Unterstützung schaffen können, wenn sie es nur wollen".

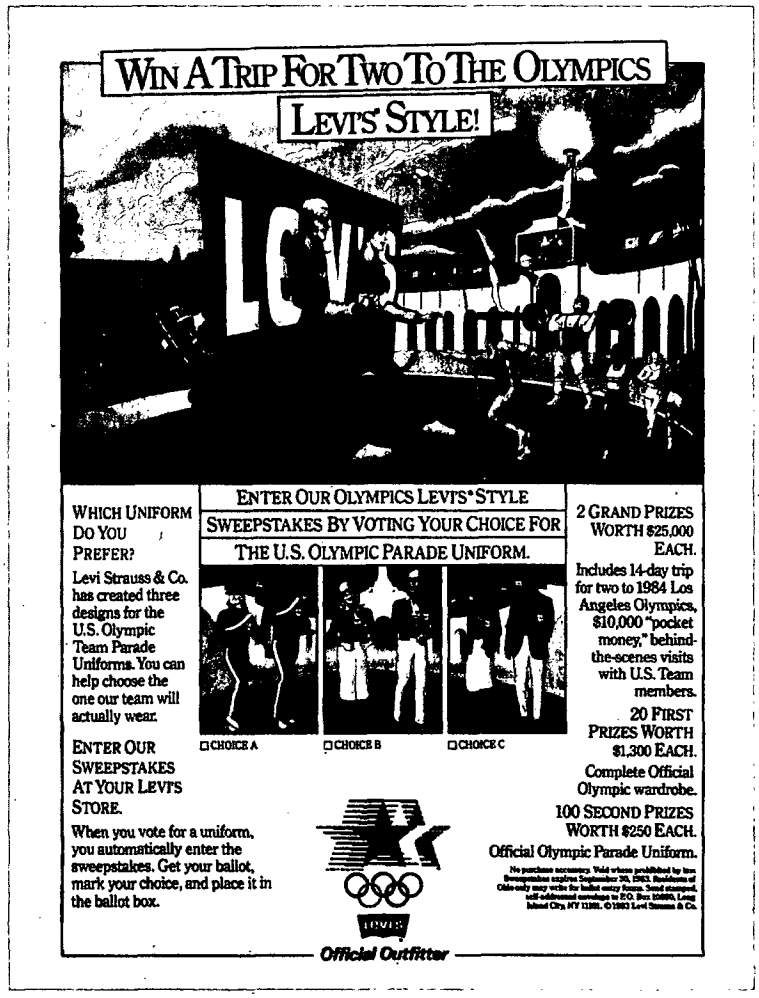
Aber so ist das nicht erst, seit die Russen ganz Moskau fegen ließen, um sauber dazustehen, und die Amerikaner nun ihre Marktwirtschaft mit den fünf Ringen behängen oder auch von Berlin aus das Führerheil in die Welt getragen werden sollte.

Für die Städte und Stadtstaaten der alten Griechen war Olympia eine Prestigesache ersten Ranges. Nicht selten gab es Bestechungsangebote an starke Athleten, die wahre Herkunft zu verleugnen und sich als Bürger einer anderen Polis auszugeben. Athen und Sparta, zwei Systeme von damals, setzten den politischen Machtkampf auch in Olympia fort. Und selbst einem schon machtvollen Tunichtgut wie Nero war, als er gerade über Griechenland herrschte, Olympia ganz passend, sich Lorbeer zu beschaffen. Er ließ Wagenrennen ausschreiben, in denen nur seine Gespanne starteten, und er fuhr sogar selbst mit. Zwar fiel der Imperator kurz vor dem Ziel aus seinem Karren, lief dann aber den Rest der Strecke zu Fuß und wurde zum Sieger erklärt.

Seit je spiegeln Olympische Spiele auch die Spannungen zwischen Völkern und Systemen, haben Wertordnungen der völkerverbindenden Idee des Baron de Coubertin mühelos widerstanden. Da waren die Kabbeleien wie 1908 in London, als das US-Team nach einer „anglo-amerikanischen Schlacht" (Coubertin) bei der Heimkehr in New York dann einen Löwen mit sich führte, der gefesselt auf dem Wagen lag und mit dem Union Jack bedeckt war; die Engländer protestierten auf diplomatischem Wege. Und acht Jahre zuvor in Paris hatten französische Soldaten den deutschen Turnern, die in der Bastion 90 am Boulevard Masséna einquartiert waren, Häufchen ins Bett gemacht – immerhin auch eine Mannschaftsleistung. Ernster zu



Antikes Olympia: Huren und Händler besorgten den Rahmen



Olympia-Kommerz: „Modell für die Zukunft"?

nehmen zum Beispiel die Abreise von 24 afrikanischen und arabischen Delegationen aus Montreal: Protest gegen die Apartheid in Südafrika. Oder der Boykott der Moskauer Spiele nach dem Einmarsch der Sowjets in Afghanistan. Die Frage, ob Olympische Spiele der Austragungsort aller möglichen Konflikte sein sollten, ist erlaubt. Doch schließlich gibt es Leute, die den Mißbrauch für dringend erwünscht halten – im Ausgleich gegen die Widernisse des modernen Alltags oder gefahrvolle Weltlagen.

Wie der Denker Karl Jaspers etwa, der solche Konkurrenzen „als einen Rest von Befriedigung unmittelbaren Daseins" empfand, in einer „Zeit, wo der Apparat erbarmungslos Mensch auf Mensch vernichtet". Oder jene, die, wie der Soziologe Helmut Schelsky in seiner Olympia-Studie „Friede auf Zeit", dem sportlichen Nationenkampf samt den Scharmützeln drumherum eine friedensstiftende Wirkung zuschreiben und einstimmen in die Forderung mancher Verhaltensforscher, „daß die seelischen und gefühlsmäßigen Antriebs- und Gruppenbedürfnisse des Menschen, die in der Vergangenheit in Kriegen, Militarismus, aggressivem Nationalismus und sonstigen gruppenhaften Gewaltkonflikten investiert waren, auf Ziele umgeleitet" werden, die diesen Bedürfnissen „Erfüllung gestatten".

„War minus shooting" also, wie George Orwell das nannte, und wenn das stimmt, ist es nebensächlich, ob der olympische Weltkrieg privat von Peter Ueberroth oder von Staats wegen bei Leonid Breschnew organisiert wird. Auf die Rahmenbedingungen kommt es dann nicht mehr so an, solange ein national gestimmtes, gleichwohl faires Publikum mit den Seinen zittert und täglich auf den Medaillenspiegel stiert und solange den Siegern auf dem Podest noch die Tränen kommen. Und wer schließlich will bestreiten, daß Jeans und Coke oder Big Macs eine weltumspannende, völkerverbindende Bedeutung haben?

Die olympische Idee, deren Inhalt auch ausgefuchste Olympier nie ohne längere verbale Umwege erklären können, wird Los Angeles wohl ohne Schaden überleben. Aber sicher steht der Sportwelt nun ein Streit darüber bevor, ob die privat organisierten Big-Business-Spiele, wenn sie denn nicht das Ende sind, vielleicht doch Olympias Zukunft sein werden.

Für Peter Ueberroth ist das keine Frage mehr: „Wir schaffen ein Modell für künftige Olympische Spiele." Und er sieht auch schon den Erfolgsbeweis: „Die Organisatoren der Spiele 1988 in Calgary und Seoul eifern uns hinsichtlich der Privatfinanzierung nach. Wir haben hier den Weg der Zukunft aufgezeigt."

Ohne konditionsstarken Kommerz erscheint den Amerikanern Olympia überhaupt unbezahlbar, denn „wenn die Spiele überleben wollen", so Ueberroth, „dann müssen sie vor allem in Ländern der Dritten Welt organisiert werden können, und das kann nur geschehen, wenn es nicht mehr so teuer ist wie bisher". Los Angeles, so der sportpolitische Kommentar eines Coke-Managers, „ist ein Schnittpunkt; wird es ein Erfolg, werden die Spiele künftig nach diesem Modell organisiert; wird es ein Mißerfolg, ist die Existenz der Spiele bedroht".

Die Möglichkeiten für schöpferisches Unternehmertum sind sicher noch nicht ausgenutzt. „Trikot- und Bandenwerbung im Zeichen der fünf Olympischen Ringe", ahnt die „Frankfurter Allgemeine", „sind wohl das wenigste, was dem IOC, langfristig gesehen, ins Haus steht." Da sind auch noch die Sportler, die Wettkämpfe selber – ein weitgehend unerschlossenes Potential. Ist es doch, wie „Sowjetski Sport" anmerkt, „seit langem und sehr gut bekannt, daß, wer bezahlt, auch die Musik bestellt".

Für den Berufsolympier Tröger ist an dieser Stelle die Grenze erreicht: „Wenn McDonald's das Schwimmbad baut, ist dagegen nichts zu sagen, aber die dürfen keinerlei Einwirkungen auf das Sportliche haben." Doch er weiß auch, „daß es die Mäzene, die gar nichts haben wollen, nicht mehr gibt".

Bei der Programmgestaltung etwa ist der Sündenfall schon passiert. ABC ließ sich vertraglich zusichern, daß olympische Wettbewerbe, die bei Amerikanern besonders populär sind, zu günstigen Sendezeiten ablaufen werden. Da soll der Schweizer Thomas Keller, Chef der Weltvereinigung der Sportfachverbände, nur ruhig fordern: „Das Programm hat sich ausschließlich an den Bedürfnissen der Athleten auszurichten."

Zum „direkten Einfluß auf den Sportler", hofft dennoch Walther Tröger, „wird es nicht kommen". Er glaubt, „daß man das steuern kann – aber die Versuchung ist natürlich groß". Und nun, da es in Los Angeles schon überaus direkt zugeht, kommen ihm manchmal auch bange Gedanken. Da sei doch „die Gefahr, daß der Damm, den wir noch gebaut haben, weggespült wird".

In Lake Placid, bei den letzten Winterspielen, widerstanden die Funktionäre gerade noch, als die Fernsehleute von ABC forderten: „Hier müssen wir auf der Abfahrt einen langen Sprung einbauen. Das bringt Dramatik."

Im nächsten Heft

Rassenkonflikte und Terror, Verkehrs-Chaos und Smog – die Risiken der Olympiastadt Los Angeles