

# INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Geleitwort .....	IX
Vorwort .....	XI
Einleitung .....	1
<b>1. Grundlagen .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1 Stand der Forschung und Zielsetzung .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2 Methodik .....</b>	<b>7</b>
1.2.1 Forschungstechnik .....	7
1.2.2 Erhebungsmethoden .....	9
1.2.3 Quellenkritik .....	11
1.2.4 Untersuchungsfeld der Arbeit .....	16
1.2.5 Berechnungsgrundlagen .....	22
1.2.5.1 Erfassungs- und Bewertungsprobleme .....	22
1.2.5.2 Probleme der Vergleichbarkeit der Daten .....	23
1.2.5.3 Transformation tangibler Daten .....	24
Exkurs: Kaufkraftparität .....	26
Exkurs: Inflation .....	27
<b>2. Finanzierungsmodelle Olympischer Spiele .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1 Forderungen aus der Olympischen Charta .....</b>	<b>28</b>
2.1.1 Ausrichtung der Spiele in einer Stadt und Zusammenarbeit mit dem OK .....	28
2.1.2 Finanzielle Garantie und Absicherung des IOC gegen Verluste .....	30
<b>2.2 Geschichte der Finanzierung von München'72 bis Atlanta'96 .....</b>	<b>31</b>
<b>2.3 Interessen an der Finanzierung der Spiele und Modellbildung .....</b>	<b>33</b>
<b>2.4 Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>39</b>
<b>3. Volkswirtschaftliche Aspekte .....</b>	<b>40</b>
<b>3.1 Analytisches Vorgehen .....</b>	<b>41</b>
3.1.1 Analyseformen .....	41
3.1.2 Analyseschema .....	44
3.1.3 Multiplikatorprinzip bei Olympischen Spielen .....	47
3.1.3.1 Theorie des Multiplikators .....	48
3.1.3.2 Berechnung des Multiplikators .....	53
3.1.3.3 Anwendung des Multiplikators .....	54
<b>3.2 Verdrängungseffekte .....</b>	<b>55</b>
<b>3.3 Einkommenseffekte .....</b>	<b>61</b>
3.3.1 Konsumausgaben .....	61

3.3.1.1 Konsumausgaben während der Olympischen Spiele .....	61
3.3.1.2 Konsumausgaben in der vor- und nacholympischen Periode .....	63
3.3.1.3 Gesamteffekt der Konsumausgaben .....	64
Exkurs: Tourismus .....	67
3.3.2 Investitionen .....	70
3.3.2.1 Detaillierte Betrachtung der Investitionen .....	70
3.3.2.2 Gesamteffekt der Investitionen .....	74
<b>3.4 Beschäftigungseffekte .....</b>	<b>77</b>
3.4.1 Arbeitsplätze durch Olympische Spiele .....	79
3.4.2 Dauerhaftigkeit der Arbeitsplätze und Sektoren der Beschäftigung .....	83
<b>3.5 Preisniveauänderungen .....</b>	<b>88</b>
3.5.1 Preisindex für die Lebenshaltung .....	90
3.5.2 Sonstige Preisänderungen .....	97
Exkurs: Einfluß des IOC auf Preisänderungen .....	101
<b>3.6 Intangible Effekte .....</b>	<b>104</b>
3.6.1 Image der Olympiastadt .....	105
3.6.2 Ökologische Nutzen und Kosten .....	108
3.6.3 Strukturwandel .....	111
Exkurs: Wirtschaftliche Beziehungen .....	116
3.6.4 Belastungen der Bürger .....	117
3.6.5 Freizeit- und Erlebniswert .....	119
3.6.6 Folgenutzen und Folgekosten .....	121
3.6.6.1 Zuordnung der Folgewirkungen .....	122
3.6.6.2 Folgenutzung olympischer Anlagen .....	124
<b>3.7 Zusammenfassung der volkswirtschaftlichen Aspekte .....</b>	<b>128</b>
<b>4. Betriebswirtschaftliche Aspekte .....</b>	<b>133</b>
<b>4.1 Einnahmen des Organisationskomitees .....</b>	<b>133</b>
4.1.1 Einnahmen aus dem Verkauf olympischer Fernsehrechte .....	137
4.1.1.1 Entwicklung der Beziehungen zwischen Fernsehen und Olympischer Bewegung .....	138
4.1.1.1.1 Entwicklung der Einnahmen aus dem Verkauf der Fernsehrechte .....	139
4.1.1.1.2 Veränderung der rechtlichen Grundlagen für die Vergabe der Fernsehrechte .....	143
4.1.1.1.3 Konzentration der Verhandlungsführung beim IOC .....	145
4.1.1.1.4 Wandel von der Autonomie der Fernsehsender zur Übertragungsautonomie des OK .....	146
4.1.1.1.5 Verteilung der Einnahmen zwischen IOC und OK .....	147
4.1.1.2 Systemtheoretische Betrachtung von IOC, OK und Fernsehen .....	148
4.1.1.2.1 Interessen des Internationalen Olympischen Komitees .....	149

4.1.1.2 Interessen des Organisationskomitees .....	153
4.1.1.2.3 Interessen der Fernsehsender .....	154
4.1.1.3 Modelle olympischen Fernsehens .....	156
4.1.1.4 Entwicklungstendenzen des Verkaufs von Fernsehrechten auf unterschiedlichen Märkten .....	161
4.1.2 Einnahmen aus speziellen Marketingmaßnahmen .....	166
4.1.2.1 Begriffliche Klärungen .....	167
4.1.2.2 Entwicklung der Beziehungen zwischen Wirtschaft und Olympischer Bewegung .....	171
4.1.2.3 Betrachtung der Systeme IOC, OK, Sponsoren und Lizenznehmer aus systemeigener Perspektive .....	177
4.1.2.3.1 Interessen des Internationalen Olympischen Komitees .....	177
4.1.2.3.2 Interessen des Organisationskomitees .....	181
4.1.2.3.3 Interessen der Sponsoren .....	184
4.1.2.3.4 Interessen der Lizenznehmer .....	190
4.1.2.4 Risiken und Chancen olympischen Marketings .....	191
4.1.2.4.1 Risiken des olympischen Marketings .....	192
4.1.2.4.2 Zukunft des olympischen Marketings .....	196
4.1.3 Einnahmen aus dem Verkauf von Eintrittskarten .....	198
4.1.3.1 Interessen des IOC und des OK in bezug auf Eintrittskarten .....	198
4.1.3.2 Faktoren zur Bestimmung möglicher Einnahmen aus dem Verkauf von Eintrittskarten .....	202
4.1.3.3 Verkauf von Eintrittskarten mit dem Ziel der Gewinnmaximierung .....	210
4.1.3.4 Ausgewählte Entscheidungssituationen .....	213
4.1.3.4.1 Entscheidungsmodell bei freier Preisentscheidung und freier Kapazität .....	213
4.1.3.4.2 Entscheidungsmodell bei festen Preisen und begrenzter Kapazität .....	216
4.1.4 Einnahmen aus Sonderfinanzierungsmitteln .....	218
4.1.4.1 Olympische Gedenkmünzen .....	218
4.1.4.1.1 Formen der Olympiamünzen und ihr Beitrag zur Finanzierung Olympischer Spiele .....	219
4.1.4.1.2 Bestimmungsfaktoren der Höhe der Einnahmen aus Münzprogrammen .....	225
4.1.4.2 Olympische Postwertzeichen .....	228
4.1.4.2.1 Formen der Olympiabriefmarken und ihr Beitrag zur Finanzierung Olympischer Spiele .....	228
4.1.4.2.2 Bestimmungsfaktoren der Höhe der Einnahmen aus Briefmarkenprogrammen .....	234
4.1.4.3 Olympische Lotterien .....	237

	Seite
4.1.5 Sonstige Einnahmen	240
4.1.5.1 Spenden	240
4.1.5.2 Zinsgewinne	242
4.1.5.3 Gedenkmedaillen	245
4.1.5.4 Mieteinnahmen und Gebühren für Olympische Dörfer	245
4.1.5.5 Testveranstaltungen	246
4.1.5.6 Direkte öffentliche Subventionen	247
4.1.5.7 Weitere Einnahmequellen	248
<b>4.2 Ausgaben des Organisationskomitees</b>	<b>250</b>
4.2.1 Ausgaben für den Standort	254
4.2.1.1 Olympiabedingte und nicht olympiabedingte Ausgaben	254
4.2.1.2 Arten von Sportstätten	258
4.2.2 Veranstaltungsausgaben	262
4.2.3 Ausgaben für Zeremonien und Kulturveranstaltungen	265
4.2.3.1 Olympische Eröffnungs- und Abschlußfeiern	266
4.2.3.2 Kulturfestivals und Kulturolympiaden	270
Exkurs: Möglicher Nutzen von Kulturveranstaltungen und ihr Einnahmepotential	273
4.2.4 Kosten der Technologie	277
4.2.5 Kosten der Sicherheit	282
Exkurs: Versicherungen	288
4.2.6 Kosten der Verwaltung	290
4.2.7 Kosten der Public Relations und des Corporate Design	294
4.2.7.1 Public Relations	295
4.2.7.2 Corporate Design	297
4.2.8 Kosten des International Broadcasting Centers	299
4.2.9 Kosten der Olympischen Familie	300
4.2.9.1 Transportkosten	301
4.2.9.2 Kosten der Unterbringung und Verpflegung	302
4.2.9.3 Kosten der medizinischen Versorgung	305
4.2.9.4 Kosten der Zulassung und des Protokolls	307
<b>4.3 Zusammenfassung und Ausblick</b>	<b>308</b>
<b>5. Schlußbetrachtung</b>	<b>313</b>
Abkürzungsverzeichnis	329
Tabellenverzeichnis	330
Abbildungsverzeichnis	330
<b>Literatur- und Quellenverzeichnis</b>	<b>333</b>
Verzeichnis des Anhangs	353
Anhang	354