

Vélemény

DÉNES
FERENC

SPORTKÖZGAZDÁSZ

AZ IDEI OLIMPIA
ELSŐ GYŐZTESE

A Pierre de Coubertinnek tulajdonított „Nem a győzelem, hanem a részvétel a fontos!” olimpiai gondolat sok sportszerető számára a hit utolsó szalmaszála. Hit a polgári sportban, a nemes vetélkedésben, ahol vidám, egymást tisztelő fiatalok küzdenek, és a világ ifjúságának ezen kedves találkozója az örömről, a közösségről, békéről és barátságról szól. És semmiképpen nem a pénzről. Horribile dictu: az üzletről. A sportüzletről.

A hit, „a nem látott dolgokról való meggyőződés” azért fontos, mert bár érezzük, de nem akarunk belegondolni abba, hogy a XXI. században a londoni olimpiához hasonló nagy eseményeken bemutatott sportteljesítményeket nem lehet turistaként – mint John Pius Boland, az 1896-os athéni olimpia kétszeres teniszgyőztese – vagy olyan romantikus amatőr sportolóként elérni, amelyeket például a Tűzszekerek című filmben láthatunk. Vagy valaki komolyan gondolja, hogy 9,7 másodperc alatt csak úgy, „szórakozásból” le lehet futni 100 métert? Turistaként egy londoni sarki sportboltban vásárolt ütővel legyőzhető Rafael Nadal és Roger Federer? Hétfégi városligeti evezetésekkel fel lehet készülni Janics Natasával szemben? Az angol adófizetők pedig csupa szívjóságból adományoztak 9,3 milliárd fontot a versenyek megrendezésére?

Az olimpia ma már a világ egyik leglátványosabb szórakoztatóipari terméke, kiemelt televíziós program. Hogy Magyarországon mindezt nem könnyű elfogadni, abba az a körülmény is belejátszik, hogy az olimpiaüzlet megszületésénél nem lehattunk jelen. 1984-ben semmit sem láttunk abból az olimpiából,

Olimpia és üzlet

„Az olimpia ma már a világ egyik leglátványosabb szórakoztatóipari terméke, kiemelt televíziós program. Óriási üzlet. A londoni olimpia első győztese már biztosan megvan: a Nemzetközi Olimpiai Bizottság.”

amit szinte magánvállalkozásként, 250 millió dolláros nyereséggel rendeztek meg Los Angelesben látványosan, élvezhetően, a sportot tiszteletben tartva. Az 1980 és 2001 között a NOB elnöki tisztét betöltő, közgazdász(!) végzettségű Juan Antonio Samaranch érdeme, hogy megértve az idők szavát, a sportértékeket megőrizve és hozzáigazítva a modern szórakoztatás követelményeihez, naggyá és gazdaggá tette az olimpiai mozgalmat.

2005 és 2008 között a Nemzetközi Olimpiai Bizottság bevétele 5,45 milliárd amerikai dollár volt. Az összeg 47 százalé-

ka származott a médiajogok értékesítéséből, a NOB központi és az olimpiai versenyek helyi szponzorai összesen a bevételek 44,5 százalékát adták, a jegybevételek, illetve csecsebecsék a maradék 8,5 százalékot. A Peking és London közötti időszakban csak a médiából származó bevételek 3,9 milliárd dollárra nőttek, a NOB központi szponzorai pedig 957 millió dollár értékben vásároltak marketingjogokat. Az elmúlt évtizedet tekintve valószínűleg a 15 milliárdot is meghaladja majd a NOB összbevétele.

A londoni olimpia első győztese már biztosan megvan: a Nemzetközi Olimpiai Bizottság.

Az olimpia óriási üzlet. De miért lenne ez baj? A NOB a bevételek 10 százalékát tartja meg magának, a többit szétosztja a nemzeti olimpiai bizottságok, nemzetközi sportszövetségek és az olimpiák szervezői között. Ezek az összegek jelentősen hozzájárulnak ahhoz, hogy a kevésbé rivaldafényben lévő sportok is életben maradjanak, fejlődjenek, mi, nézők pedig fantasztikus élményt, szórakozást kapunk a következő két hétben. Mindenki jól jár.