

LÄNDERBERICHT

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

BÜRO FRANKREICH

DR. NINO GALETTI
TATJANA SARANCA
NELE KATHARINA WISSMANN

13. September 2017

www.kas.de/frankreich

Die Pariser Olympiabewerbung

Frankreich will nicht nur politisch in Bewegung sein

Im Sommer 1924 richtete Frankreich zum letzten Mal die Olympischen Sommerspiele aus. Paris hat es sich zum Ziel gesetzt, genau 100 Jahre später erneut den sportlichen Geist in die französische Hauptstadt zurückzuholen. „Jetzt oder nie“, so lautete die Devise des Pariser Bewerbungskomitees „Paris2024“, die von Erfolg gekrönt zu sein scheint. Das Internationale Olympische Komitee (IOC) hatte Paris nach Verhandlungen bereits Ende Juli die Olympischen Spiele 2024 und Los Angeles die Sommerspiele 2028 zugesagt. Die Entscheidung wird am 13. September 2017 offiziell in Lima bekanntgegeben.

Mehr Nutzen als Kosten

Nach Rechnungen des *Centre de droit et d'économie du sport* (CDES) könnten die Olympischen Sommerspiele im Tourismusbereich zwischen 1,4 und 3,5 Milliarden Euro einbringen.ⁱ Seit den Terroranschlägen von 2015 und 2016 waren in Frankreich gerade in den Großstädten die Besucherzahlen zurückgegangen und erholteten sich bis Mitte 2017 nur langsam. Auch wenn sich die Gästezahlen gerade in der Hauptstadt wieder eingependelt haben, wären die Olympischen Spiele eine willkommene Möglichkeit, das Image der Stadt Paris aufzupolieren.

Hinzu kommt ein weiterer wirtschaftlicher Faktor. Da die Arbeitslosenquote in Frankreich seit Beginn der Wirtschaftskrise zwischen 9 und 10 Prozent liegt, steht die Schaffung von Arbeitsplätzen ganz oben auf der Prioritätenliste. Das Forschungsinstitut CDES geht davon aus, dass zwischen 119 000 und 247 000 Stellen geschaffen werden können, vielfach temporäre Arbeitsplätze, jedoch gerade im Tourismus- und Baubereich auch Posten mit längerfristige Perspektiven.

So erstaunt es kaum, dass die Olympiabewerbung viel Unterstützung aus den obersten Regierungskreisen erfährt. Während die Pariser Bürgermeisterin Anne Hidalgo sich angesichts einer Bewerbung anfangs noch skeptisch zeigte, da sie die Transparenz und Nachhaltigkeit des Projektes für nicht gewährleistet hielt, konnte sie 2014 schließlich vom damaligen Staatspräsidenten François Hollande überzeugt werden, machte jedoch die Umweltverträglichkeit und finanzielle

Machbarkeit zur Voraussetzung für ihr grünes Licht. Diese beiden Bedingungen spielen sich sehr deutlich im Bewerbungskonzept „Paris2024“, das das gesamte Stadtgebiet von Paris als Olympiapark skizziert, wider.

Die pro-olympische Linie von Präsident Hollande wurde von seinem Nachfolger Emmanuel Macron übernommen. Dieser krempelte im Sommer 2017 zum Aktionstag des Bewerbungskomitees selbst die Ärmel hoch, um auf einem provisorischen Spielfeld vor der Alexander III-Brücke am Seine-Ufer Tennisbälle zu schmettern. Zu steif und zeremoniell sei die Olympiabewerbung für das Jahr 2012 gewesen, urteilten viele Beobachter über die damalige Niederlage gegenüber dem britischen Mitbewerber London. Umso offener, jünger und „cooler“ gibt sich deswegen die Bewerbung „Paris2024“; ein Konzept das sehr gut in die politische Kommunikationsstrategie des jüngsten Präsidenten Frankreichs passt.

Gerade im außenpolitischen Bereich möchte Macron Frankreich wieder zurück ins Scheinwerferlicht holen. Bereits seit mehreren Jahren versucht Frankreich seine *Soft Power* weiter auszubauen. Frankreich war sich dabei schon weit früher und intensiver als andere Staaten der außenpolitischen Bedeutung weicher Machtfaktoren und dementsprechend auch der Relevanz von Sport als Werkzeug internationalen Wirkens bewusst und hat diese auch immer wieder zum eigenen Nutzen einzusetzen gewusst.ⁱⁱ Gerade erst hat Frankreich den ersten Platz im „Global Soft Power Ranking“ⁱⁱⁱ des *USC Center for Public Diplomacy* belegt. Dass Frankreich sich parallel auch für die Weltausstellung 2025 bewirbt, bestätigt, dass diese außenpolitische Strategie ganz oben auf der französischen Prioritätenliste steht.

Auch Bürgermeisterin Anne Hidalgo hat sich inzwischen mit der Pariser Olympiabewerbung angefreundet. Die Sozialistin, die mit ihrer Nachhaltigkeitsstrategie in Paris für Aufruhe sorgt, nachdem sie zum Beispiel die Seine-Uferstraßen ganz für den Autoverkehr sperren ließ, will die Spiele nun für ihre kommunalpolitischen Ziele nutzen. Die Schwimmwettbewerbe sollen auch in der Seine abgehalten werden und der Fluss dann auch wieder für schwimmfreudige Pariser geöffnet werden. Ein erster Versuch für

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

BÜRO FRANKREICH

DR. NINO GALETTI
TATJANA SARANCA
NELE KATHARINA WISSMANN

13. September 2017

www.kas.de/frankreich

das Schwimmen in Pariser Gewässern wurde im Sommer 2017 im Kanalbecken „Bassin de la Villette“ gestartet. Den ein oder anderen Wähler sollen diese neuen Outdoor-Freizeitaktivitäten im Herzen von Paris auch bei den 2020 anstehenden Kommunalwahlen überzeugen.

Paris als Olympiapark

„Made for sharing“, so lautet der erstaunlicherweise in englischer Sprache gewählte Slogan der Olympischen Sommerspiele 2024. Damit hat sich das Bewerbungskomitee gleich zwei große Ziele auf die Fahne geschrieben.

Zu einem sollen die Spiele in und für Paris ausgerichtet werden. Das Pariser Bewerbungskomitee konnte vor allen Dingen damit punkten, dass viele Austragungsorte bereits vorhanden sind, so etwa das Stadion „Stade de France“ für die Leichtathletikwettbewerbe und die Eröffnungsveranstaltung, das Stadion „Prinzenpark“, indem vor allen Dingen der Fußballverein „Paris-Saint-Germain“ seine Heimat hat, für Fußball. Gesegelt werden soll auf dem Mittelmeer vor der europäischen Kulturhauptstadt Marseille. Da nur wenige Anlagen neu gebaut werden müssen, wurde das Pariser Modell als besonders kostensparend bewertet. Mit seinem geschätzten Budget von 6,6 Milliarden Euro wären die Spiele in der Tat die kostengünstigen der vergangenen Jahrzehnte. Dort wo Austragungsorte derzeit fehlen, sollen die Pariser Sehenswürdigkeiten die Herzen der Sportbegeisterten höher schlagen lassen. Im *Grand Palais*, der 1900 für die Weltausstellung eröffnet wurde, sollen die Fechtwettbewerbe ausgetragen, die Grünfläche vor dem Invalidendom soll für das Bogenschießen genutzt werden. Der Park *Champs-de-Mars* zu Füßen des Eiffelturms ist für die Austragung der Beachvolleyballturniere vorgesehen.

Zum anderen werden die Projekte, die Ausgaben für neue Infrastrukturen mit sich ziehen, bewusst an sozialen Brennpunkten durchgeführt. Die Hälfte der Gesamtausgaben der Sommerspiele sollen in das Département Seine-Saint-Denis im Norden von Paris fließen, das vor allen Dingen durch die *Banlieue*-Unruhen von 2005 in die Schlagzeilen geriet und für viele Franzosen ein Synonym für gescheiterte Integration, Jugendarbeitslosigkeit und Drogenhandel ist. Diesen Problemen will „Paris2024“ nun mit einer Nachhaltigkeitsstrategie begegnen. Das Olympische Dorf, das in dem Département entstehen soll, kann nach den Spielen für Sozialwohnungen genutzt werden. In Seine-Saint-Denis kann eins von zwei Kindern, das auf die weiterführende Schule wechselt, nicht schwimmen. Die für die Olympischen Spiele neu geplante Schwimmhalle soll deswegen nach den Spielen vor allen Dingen für Schwimmkurse im schulischen Bereich genutzt werden.

Modern, nachhaltig, international, so will sich „Paris 2024“ präsentieren. Mit seinem englischsprachigen Slogan hat sich das Be-

werbungskomitee dann jedoch nicht nur Freunde gemacht. Die *Académie française*, die oberste Wächterin der französischen Sprache, zeigte sich verwundert darüber, dass die Olympischen Sommerspiele unter einem Motto laufen, mit dem sonst „für Pizza Werbung gemacht wird“. Mehrere Verbände zum Schutz der französischen Sprache haben Einspruch erhoben.

Dabei ist es bezeichnend, aber für Frankreich nicht weiter verwunderlich, dass der Sprachfaktor höhere Wellen geschlagen hat, als die Bewerbung selbst. Inzwischen steht der französische Slogan „Venez partager“ gleichberechtigt neben dem englischen „Made for sharing“.

Die Franzosen im Olympiafieber

Anders als viele andere Bewerberstädte war das Bewerbungskomitee „Paris 2024“ kaum mit dem Widerstand der Pariser Bevölkerung konfrontiert.

Seit der Ankündigung der Bewerbung bis heute befürworten zwischen 60 und 70% der Bevölkerung die Ausrichtung der Spiele in der französischen Hauptstadt. Bei den jungen Franzosen zwischen 15-25 Jahren äußerten sich sogar 8 von 10 Personen positiv zu den Olympischen Spielen.^{iv} Eine Petition des Kollektivs „Non au JO 2024 à Paris“ für ein Bürgerreferendum konnte seit Februar 2017 nur rund 20 000 Stimmen sammeln^v; auf Facebook folgen dem Anliegen lediglich 460 Personen. Mehr noch, laut Umfragen wären 40% der Franzosen sogar dazu bereit, einen Euro zur Unterstützung der Pariser Bewerbung zu spenden.^{vi}

Der Enthusiasmus der Franzosen für sportliche Großereignisse scheint ungebrochen. Jedes Jahr schmücken ganze Dörfer bei der Durchfahrt der *Tour de France* auf Eigeninitiative die Straßen. Die in Frankreich ausgerichtete Fußball-Europameisterschaft 2016 wurde von den Franzosen, nur 7 Monate nach den Novemberanschlägen von 2016, als Erfolg über die Terrorbedrohung gefeiert, dem jedoch nur vier Tage nach Meisterschaftsende mit dem Anschlag von Nizza ein trauriges Ende gesetzt wurde. Die Spieltage blieben vielen Franzosen dennoch als fröhliches internationales Sportereignis in Erinnerung.

i <https://www.unilim.fr/recherche/2016/10/25/etude-de-lomij-cdes-impact-jo-2024/>.

ii Volker Stein Kamp, „Frankreichs soft power im 21. Jahrhundert“ in : Frankreich Jahrbuch 2011 „Kulturnation Frankreich. Die kulturelle Dimension des gesellschaftlichen Wandels“, S. 131-141.

iii <http://softpower30.portland-communications.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf>.

iv Siehe zum Beispiel <http://www rtl.fr/sport/football/jo-2024-69-des-francais-soutiennent-la-candidature-parisienne-7787421856> und <http://rmcsport.bfmtv.com/jo/jo-2024-les-jeunes-tres-favorables-et-optimistes-pour-paris-selon-un sondage-1130702.html>.

v <http://www.mesopinions.com/petition/politique/appel-referendum-candidature-paris-aux-jo-28276>.

vi http://www.eurosport.fr/economie/40-des-francais-seraient-pr閏s-a-donner-1-pour-la-candidature-de-paris-aux-jo-2024_sto4865752/story.shtml.