

København OL – Samfunnsøkonomisk lønnsomt eller ikke?

Harry Arne Solberg

Førsteamanuensis

Trondheim Økonomiske Høgskole

ved Høgskolen i Sør-Trøndelag

Trondheim, Norge

Innledning

Denne artikkelen vil diskutere hvilke økonomiske virkninger sommer-OL i København kan skape. Formålet var opprinnelig å evaluere konsulentrapporten til Rambøll Management (heretter kalt Rambøll-rapporten) som har forsøkt å beregne disse effektene. Denne rapporten vier imidlertid liten oppmerksomhet til de store variasjonene som har preget de økonomiske virkningene fra slike mega-arrangementer. Dermed illustreres det heller ikke hvor usikre forhåndprognosene kan være. I tillegg er diskusjonene omkring årsakssammenhenger ufullstendige – eksempelvis hvorvidt positive effekter som økt turisme eller forbedret folkehelse skyldes arrangementene eller har andre årsaker.

Derfor vil artikkelen også presentere resultater og erfaringer fra tidligere forskning – i tillegg til å evaluere den aktuelle rapporten. Dette for å nyansere oppfatningen mange har om at mega-arrangementer nærmest garanterer vertsdestinasjonene enorme økonomiske gevinster. I tillegg vil den også drøfte metodemessige utfordringer knyttet målinger av effekter samt identifiseringer av årsakssammenhengene.

Det er ingen enkel oppgave å beregne virkningene av å arrangere de Olympiske sommer-lekene 14 år inn i framtiden. Med et så langt tidsperspektiv vil mange av virkningene være usikre. Verden kan forandre seg – eksempelvis slik den økte terrorfrykten stiller høyere krav til sikkerhetstiltak enn tidligere – noe som igjen har økt kostnadene kraftig. Videre er en del av virkningene av en slik karakter som gjør det er vanskelig/umulig å tallfeste dem i monetære verdier – eksempelvis verdien av å oppleve en ”festival atmosfære” – både på arenaene og ellers i byen under arrangementet.

Derimot kan det være lettere og prognostisere de direkte monetære effektene, eksempelvis kostnadene for nye idrettsanlegg og oppgradering av vertsregionens infrastruktur. De samme kan gjelde for inntekter, eksempelvis fra turisme, men dette forutsetter imidlertid at beregningene er basert på realistiske forutsetninger, noe som i seg selv kan være vanskelig.

Med tiden har det blitt utført mye forskning om mega-arrangementer. Resultatene fra denne forskningen er publisert i flere internasjonale journals innen fagfelt som bl. a.: sport management, sport economics, sport tourism, tourism economics, event management, leisure management og urban planning. Her finnes en lang rekke artikler som analyserer arrangementenes evne til å skape regionaløkonomiske virkninger. Denne forskningen dokumenterer store variasjoner – noe som gjør det vanskelig å trekke generelle konklusjoner i forhåndsanalyser av arrangementer 10-15 år inn i framtiden.

En rød tråd i disse analysene er imidlertid at de økonomiske gevinstene for arrangørbyen (og arrangørlandet) gjerne blir vesentlig lavere enn forhåndsprognosene spådde. Dette skyldes både at inntektene har blitt lavere og/eller at kostnadene har blitt høyere enn forventet. Faktisk kan urealistisk høye forventninger i seg selv redusere gevinstene dersom de fører til en investeringsboom.

Selv om arrangementene genererer store inntekter, tilfaller en stor del de internasjonale organisasjonene som eier dem. Eksempelvis beholder FIFA 100% av TV inntektene for VM i fotball, mens UEFA beholder 90% av TV inntektene fra EM i fotball. Når det gjelder OL, går 51% til IOC, mens de lokale arrangørene beholder 49%. De siste årene har det svirret rykter om at IOC planlegger å øke sin egen andel fra 51%.

Disse erfaringene betyr imidlertid ikke at forskere fraråder å avholde mega arrangementer. Arrangementene kan generere andre effekter som majoriteten av befolkningen verdsetter – men som er av en slik karakter at de ikke kan måles meningsfullt i monetære verdier. Som kjent arrangerte Lillehammer, Norge, vinter-lekene i 1994. I den forbindelse ble det forsket på langtidsvirkningene arrangementet skapte, og det kan være verdt å merke seg en av hovedkonklusjonene fra denne forskningen (Spilling, 2000):

”Looking beyond the intermezzo, which is the main mechanism of an event, it turns out quite clearly that the long-term industrial impacts are very marginal and in no way justify the huge costs of hosting the events. If the main argument for hosting a mega-event like the Winter-Olympics is the long-term economic impacts it will generate, the Lillehammer experience quite clearly points to the conclusion that it is a waste of money. Probably, this will also be the case for

other smaller regions hosting similar events, and although we do not have reliable data on the long-term impacts from larger regions having hosted Winter Olympics, the indicators we do have point in the same direction. However, this does not mean that there are no other arguments for hosting a mega-event. The Lillehammer Olympics was a great experience, although not in "economic terms."

I en tidligere rapport, som konkluderer med at det finnes mer fornuftige måter å bruke 5-6 milliarder kroner på dersom den primære målsettingen er å generere næringsmessige virkninger, utdypes dette siste momentet (Spilling, 1994):

...."Men det (den svake næringseffekten) behøver ikke å utelukke at OL likevel ville ha blitt arrangert, men da ut fra betydningen av OL's egenverdi som fest og en positive opplevelse. Det er i denne sammenheng interessant å registrere den meget positive holdningen til OL i opinionen, og at det er et flertall, både lokalt og regionalt, som mener at arrangementets verdi rettferdiggjorde kostnadene."

Spilling's forskning fokuserte på de langsiktige virkningene, og derfor kan det være interessant å lese en av konklusjonene fra forskning i tilknytning til Calgary OL i 1988, som oppsummerte resultater fra analyser av kortsiktige effekter (Ritchie & Yangzhou, 1987):

"The efforts and resources required for a host region to stage a short duration mega-event such as an Olympic Games are out of proportion to the returns which result directly during the period of the event itself. While these returns are not insignificant, they are clearly secondary to other and more substantial long term benefits which underlie the expenditures of resources involved"

Det er interessant at de fleste undersøkelser viser massiv støtte til arrangementene blant lokalbefolkningen. Dette bildet avspeiles også i meningsmålinger på oppdrag av bl. a. de lokale arrangørene og av media. Disse undersøkelsene forteller at majoriteten av lokalbefolkningen ønsker arrangementene velkommen. Dette gjelder også for resten av landet, noe som illustrerer at følelsen av eierskap strekker seg utover arrangørbyene. (Andersson, Rokstad & Solberg, 2005; Mihailik, 2000; Chalip, 1999; Spilling 1994; Ritchie & Lyons, 1990).

Det har også vært en klar tendens til at folk har blitt mer positive etter at arrangementene har vært avholdt enn når ideen først ble lansert. Eksempelvis viste undersøkelser i forbindelse med vinter-OL på Lillehammer at 50% av lokalbefolkningen og 56% på landsbasis støttet OL i 1991 – tre år før lekene. Umiddelbart etter at OL var over hadde tallene steget til 87% blant lokalbefolkningen og 82% for landet som helhet (Spilling, 1994). Dette mønsteret avspeiles i alle slike undersøkelser undertegnede har lest, og bekrefter at majoriteten av folk ønsker mega-arrangementer velkommen – og likeså er fornøyde med erfaringene etter at de er avholdt.

I tillegg til denne forskningen finnes det mange konsulentrapporter som beregner virkningene fra arrangementene. Mange er utførte på oppdrag av arrangørene – hvorav flere er forhåndsevalueringer. Problemet med disse rapportene er imidlertid at de er bestilt av oppdragsgivere som ønsker positive resultater. Å arrangere de Olympiske leker er svært ressurskrevende, og derfor blir arrangementene ofte kontroversielle. Argumenter som at ressursene heller burde blitt brukt på mer ”fornuftige” områder dukker gjerne opp. Dette er en av grunnene til at arrangører ønsker rapporter som dokumenterer de positive virkningene – som kan legitimere arrangementene hos skeptikerne.

Konsulentfirmaer lever av slike oppdrag og vil være klar over at hensikten med deres arbeid gjerne er å ”selge inn” arrangementene hos befolkningen og politikere. Lykkes de – kan de også bli rekruttert til lignende oppdrag av andre potensielle arrangører som også ønsker ”bestillingsverk” til å selge inn sine egne arrangementer. En annen potensiell gulrot for konsulentfirmaene er å bli engasjerte under forberedelsene av arrangementene. Disse motivene til å produsere positive analyser gjør at undertegnede – i likhet med de fleste andre økonomer som har forsket på dette feltet – er skeptisk til konsulentrapporter som erklærer at arrangementene vil bli samfunnsøkonomisk lønnsomme for vertsregionen. Denne skepsisen har ikke blitt mindre etter å ha sammenlignet konsulentrapportene med etterhåndsanalyser, hvor sistnevnte gjerne dokumenterer at de realiserte gevinstene ble vesentlig lavere enn spådommene til konsulentene.

Et relevant eksempel er PricewaterHouse-rapporten i tilknytning til 2000 Sydney OL, hvor oppdraget faktisk var å dokumentere positive effekter – ikke å gi et objektivt bilde av arrangementets samfunnsøkonomiske verdi. Tittelen på rapporten, *Business and Economic Benefits of the Sydney 2000 Games – A collation of Evidence*, taler egentlig for seg selv¹.

¹ <http://www.gamesinfo.com.au/pi/ARPICOE.html>

Denne rapporten tilfredsstillende ikke krav til vitenskapelige analyser, eksempelvis en master-thesis.

Måling av virkninger

I hovedsak finnes det tre alternativer for å måle de økonomiske effektene av OL-arrangementer. Det første er rene arrangementsregnskaper som viser inntekter og kostnader arrangørene mottar/belastes for. Informasjonsverdien er imidlertid begrenset siden de bare fokuserer på arrangørens inntekter og kostnader – ikke de samlede regionale inntektene og kostnadene. Ofte blir arrangementet subsidiert av sentrale myndigheter – direkte og indirekte. Hvis disse subsidiene ikke går tydelig fram av regnskapene, kan det dannes inntrykk av at arrangementene er mer lønnsomme enn de i virkeligheten er.

Det andre alternativet er såkalte impact-studier som viser de økonomiske impulsene arrangementene skaper i vertsregionen, samt hvordan disse fordeles på de ulike næringer. Ideen er altså å måle hva arrangementet bringer inn i regionen, og derfor ser man bort fra alle interne overføringer innen regionen, altså fra lokale sponsorer, lokale tilskuere og andre aktører med bosted innen vertsregionen, med mindre disse midlene alternativt ville blitt brukt utenfor regionen om ikke arrangementet hadde funnet sted. En svakhet ved slike impact studies er at de bare fokuserer på inntektssiden – og ikke på kostnadene. Derfor er de utilstrekkelig som beslutningsverktøy når politikere skal avgjøre om det er verdt å støtte arrangementene eller ikke.

Slike metodiske svakheter gjelder i utgangspunktet ikke for cost-benefit analyser, som er den tredje og mest presise måten å evaluere verdien av mega-arrangementer på. Disse forsøker i prinsippet å måle den totale samfunnsøkonomiske verdien for vertsregionen (eventuelt landet). Dette omfatter inntekter og kostnader, men også verdien av ikke-monetære virkninger – positive som negative. Slike analyser stiller imidlertid svært ambisiøse metodemessige krav det kan være vanskelig å tilfredsstillende, spesielt i forhåndsanalyser. Noen effekter er av en slik karakter at de praktisk talt er umulig å måle i monetære verdier – i allfall på en meningsfull måte. Det gjelder eksempelvis stoltheten lokalbefolkningen kan oppleve over å arrangere et OL på en måte som omverden beundrer. Det samme gjelder festivalstemningen på idrettsarenaene og ellers i byen mens arrangementet pågår.

Det er denne metoden Rambøll-rapporten benytter i sin analyse av København OL. Her begås imidlertid en metodisk feil ved at billettinntektene i sin helhet regnes som inntekt. En slik tilnærming kan benyttes i arrangørregnskapet, men ikke i et cost-benefit analyse hvor

man bare skal inkludere inntektene fra tilreisende – altså eksklusive inntektene fra lokalbeboere. Disse midlene befinner seg allerede i regionen, og ville alternativt blitt brukt på andre områder, eksempelvis se annen idrett, gå på kino eller teater ol. Bare dersom disse midlene alternativt ville blitt brukt utenfor regionen skal de inkorporeres i et regionalt (nasjonalt) cost-benefit regnskap. En slik metodemessig tilnærming er basert på de samme prinsippene som for impact-studier. Se Késenne (2005) for nærmere utdyping om dette.

Ideelt sett bør cost-benefit analyser også verdsette konsumentoverskuddet OL-arrangementene skaper for lokalbefolkningen. Konsumentoverskuddet refererer til at noen konsumenter er villige til å betale mer enn markedsprisen for produktet – som i dette tilfellet er en opplevelse. Således beholder de altså en ”merverdi” som de slipper å gi fra seg. Den regionale gevinsten vil inkludere konsumentoverskuddet som OL skaper – redusert for konsumentoverskuddet fra produktene lokalbefolkningen alternativt ville kjøpt. Det virker sannsynlig at OL-arrangementene vil generere større konsumentoverskudd – enn eksempelvis kinobesøk eller fotball kamper med det lokale laget. For mange københavnere og dansker vil OL vil være en ”en gang i livet” opplevelse – noe som i seg selv kan gjøre det spesielt verdifullt. Som rapporten understreker, er det imidlertid svært vanskelig å måle verdien på slike konsumentoverskudd. Tilsvarende måleproblemer gjelder også for verdsettingen av ikke-monetære virkninger som ikke omsettes i markedet, eksempelvis stemningen av folkefest, slik det er kommentert tidligere i analysen. Den massive støtten til arrangementene som er påvist i målinger blant lokalbefolkningen tyder imidlertid på at konsumentoverskuddene kan være betydelige.

Kostnadsberegningen i cost-benefit analyser er basert på alternativkostnadsprinsippet. Det betyr at ressursbruken skal verdsettes ut fra hvilken verdi de har i den beste alternative anvendelsen ellers i samfunnet. Hvis OL reduserer bruken av arbeidskraft i andre sektorer skal alternativkostnaden avspeile produksjonsnedgangen i disse sektorene. I et velfungerende marked, hvor ressursene ikke er subsidiert eller avgiftsbelagt eller regulert på annen måte, vil markedsprisene på innsatsfaktorer (eksempelvis lønninger) uttrykke alternativkostnaden. Dersom OL bare bruker arbeidstakere som alternativt ville vært arbeidsledige reduseres imidlertid ikke annen produksjon. I så fall er alternativkostnadene lik null, noe som gjør OL mer lønnsomt sammenlignet med om man hovedsakelig benyttet personer som alternativt ville arbeidet andre steder.

Slike forhold er ikke behandlet i Rambøll-rapporten, noe som imidlertid ikke nødvendigvis er en svakhet. Et København-OL finner tidligst sted 14 år inn i framtiden, og dette gjør det umulig å beregne alternativkostnadene basert på et slikt perspektiv. Rambøll-

rapporten foreslår moderate investeringer. Hvis dette holder stikk – behøver ikke OL å fortrenge andre aktiviteter. Skulle det imidlertid bli nødvendig at med betydelige investeringer i stor målestokk – eksempelvis i ny og forbedret infrastruktur – kan konsekvensene bli annerledes – med fortrenning av andre prosjekter og kraftige prisøkninger som resultat.

Turisteffekter for København

Barcelona OL brukes ofte som eksempel for hvordan arrangørbyer kan høste økonomiske frukter av mega arrangementer. Det er forholdsvis godt dokumentert at Barcelona har hatt en positiv utvikling i perioden etter lekene i 1992. Antakelig er Barcelona den byen som har hatt størst suksess med å bruke et mega-arrangement til å skape positive langtidseffekter. Når man analyserer årsakene bak denne suksesshistorien, bør man imidlertid være klar over at effektene ikke kom automatisk av OL – men som en konsekvens av enorme investeringer hvor byen og dens fasiliteter ble kraftig opprustet. Dette fant sted i tilknytning til OL og foregikk både i perioden før og etter lekene. Derfor er den en feilslutning å anta at de positive effektene som Barcelona høstet følger automatisk av et OL-arrangement.

Dersom regnskapstallene indeksjusteres til 2000-verdi utgjorde de direkte investeringene for perioden 1986-1992 €10,7 milliarder (ca. 79 milliarder danske kroner) – mens driftsutgiftene for selve OL utgjorde €1,8 milliarder (13,5 milliarder danske kroner) (Brunet, 2002). Således utgjorde investeringene 85,5% av de totale kostnadene, mens driftkostnadene bare sto for 14,5%. Tilsvarende tall for København er 53% i investeringer (inklusive idrettsanlegg) og 47% i driftsomkostninger. Dersom vi forutsetter 10% prisstigning i perioden 2000-2005 utgjorde altså Barcelona-investeringene 86,9 milliarder kroner i 2005 verdi². Disse investeringene førte til en kraftig opprustning av byens infrastruktur. Av de viktigste områdene var (også omregnet til 2005 priser)³:

- 37 milliarder kroner i forbedring av vei og transportnett
- 12,8 milliarder kroner til bygninger, kontorer og lignende lokaler
- 11,2 milliarder kroner i telekommunikasjon og lignende service
- 11 milliarder kroner i hoteller.

Investeringene i den økonomiske infrastrukturen fortsatte også etter OL og utgjorde 73,7 milliarder kroner i perioden 1993-2000⁴. Dette omfattet bl. a.:

² Preuss (2004) opererer med noe lavere tall, dvs. investeringer for 64,8 milliarder kroner i 2005 verdi. Denne differensen skyldes antakelig at valutakursene har variert over tid, slik at omregningen til danske kroner har blitt forskjellige.

³ Kilde: Brunet (2002); Sananhuja, R. (2002)

⁴ Ibid.

- 26,0 milliarder kroner i lokalt og regionalt transportnett
- 22,0 milliarder kroner i det lokale veinettet
- 16,7 milliarder kroner i videre opprustning av telekommunikasjonsnettet

Disse investeringene har hatt positive virkninger og gjort byen mer attraktiv både for turister og bedrifter. Riktignok ble lønnsomheten i turistnæringen redusert de første årene etter OL – på tross av at antallet turister vokste. Dette skyldtes overinvesteringer i tiden før OL, spesielt i hotellnæringen. På lang sikt har imidlertid antallet tilreisende vært tilstrekkelig til å øke lønnsomheten. Dette gjelder bl. a. kongress- og konferansemarkedet, som er et særdeles lønnsomt markedssegment siden disse har et vesentlig høyere forbruk enn ferie- og fritidsreisende (Chalip, 2002). Mens byen arrangerte 373 kongresser (tiltrakk seg 105,000 delegater) i 1990, hadde aktiviteten økt til 1345 kongresser (255,000 delegater) i 2001 (Cashman, 2006; Sanahuja, 2002). Fra 1990 til 2000 klatret byen fra nr. 11 til nr. 6 på listen over hvor det er attraktivt å lokalisere seg⁵.

Rambøll-rapporten legger til grunn at København vil oppleve den samme veksten i turisttilstrømningen som Barcelona, som de hevder har vært på 70% etter at det er justert for andre effekter. Nivået på investeringene den foreslår for København er imidlertid vesentlig lavere, dvs. 11,5 milliarder kroner i løpende priser (5,8 milliarder neddiskontert i faste priser - 2005-verdi). Dette utgjør 13% (løpende priser) og 7% (faste priser) av hva Barcelona investerte dersom man bare legger til grunn investeringene Barcelona gjennomførte før OL. Riktignok kan ikke de tallene for de to byene sammenlignes umiddelbart, bl. a. pga. forskjeller i befolkningstall. København kommune har ca. 500,000 innbyggere, og mellom 1,1 og 1,2 millioner når forstedene inkluderes. Tar en også med nærliggende satelittbyer økes befolkningstallet til drøyt 1,6 millioner. Til sammenligning har Barcelona by en befolkning på 1,6 millioner, men ca. 4,7 millioner innenfor "metropolitan area"⁶. Det må også tas i betraktning at behovet for en opprustning av Barcelona nok var mye større enn hva det er for København i dag og om 10-15 år. Antakelig er København i en langt bedre tilstand på svært mange områder enn hva Barcelona var i 1986, noe som også betyr at Københavns utgangspunkt er helt annerledes. Selv det justeres for disse forskjellene vil investeringene i København bli vesentlig mindre enn hva som fant sted i Barcelona. Derfor virker det også lite sannsynlig at København skal kunne kopiere Barcelonas positive langtidsvirkninger.

⁵ Kilde: European cities Monitor. Healey & Baker, Cushman & Wakefield. 2000

⁶ <http://en.wikipedia.org/wiki/Barcelona>

Dette betyr imidlertid ikke at planene om et ”billig” OL i København er en dårlig ide – snarere tvert imot. At framtidige arrangører forsøker å redusere dimensjonene på OL virker fornuftig. Imidlertid virker det urealistisk at et København-OL på sparebluss skal generere som de samme gevinstene som Barcelona-OL.

Mega-arrangementer og turisteffekter

Det er ikke uvanlig at arrangørene har forventninger om at arrangementene skal øke tilstrømningen av turister – både på kort- og lang sikt. Dette finner man også spor av i Rambøll-rapporten. Erfaringene fra tidligere arrangementer har imidlertid vært blandede. For å få realistiske oppfatninger om hva en kan forvente av turisteffekter – kan det være hensiktsmessig med en gjennomgang av resultater fra forskning på dette feltet – både når det gjelder kortsiktige- og langsiktige effekter.

Eksempelvis opplevde Australia en vekst i antallet innkommende turister på 55% i perioden 1994-2004, noe som det er lett å gi Sydney OL æren for. Sammenligninger med nærliggende land som New Zealand og Thailand, som ikke avholdt mega-arrangementer i denne perioden, viser imidlertid at disse hadde en enda kraftigere vekst i denne perioden, nemlig på hhv. 77% og 93%.

Statistikkene viser at Australia hadde den mest positive utviklingen i perioden 1994-2000 (Solberg & Preuss, 2005). Dette gjaldt bl. a. kongressmarkedet, hvor spesielt Sydney, men også Melbourne opplevde kraftig aktivitetsvekst (Chalip, 2002).

Dette bildet forandret seg imidlertid de tre første årene etter Sydney OL, hvor Australia opplevde en nedgang i antallet turister på hhv. -2,2%, -0,5% og -1,6%. September-11 effekten (2002), Bali-bombene (2002) og SARS-epidemien (2003) blir ofte nevnt som årsaker til denne negative utviklingen. Selv om disse forklaringene kan ha noe for seg, er det verdt å merke seg at New Zealand og Thailand opplevde en positiv utvikling i denne perioden, med vekst på hhv. 6,7%, 7,3% og 2,4% (New Zealand) og 5,8%, -0,6% og 20% (Thailand). Dessuten utgjør den ”normale” turisttilstrømningen fra de to landene som ble kraftigst påvirket av *September 11* og *SARS* (USA og Kina) et relativt beskjedent innslag i det australske markedet, ca. 10% fra USA og 2,5% fra Kina. Antakelig har utviklingen i valutakurser også spilt en rolle. Her er det verdt å merke seg at den australske dollaren var billig i perioden før OL – men dyrere etterpå – noe som antakelig representerer noe av forklaringen til den positive utviklingen i perioden 1994 til 2000 – og den negative utviklingen etter 2000 (Cashman, 2006).

Arrangørene av Sydney OL betraktet lekene som en mulighet til å promotere Australia og gjennomførte flere tiltak, bl. a. det såkalte ”visiting journalist” programmet som var en extra-service til journalister som kom til Australia med andre hensikter enn å dekke OL. Disse tiltakene skapte forventninger om positive langtidseffekter, som imidlertid har blitt lavere enn man håpet på. The Australian Tourism Forecasting Council estimerte i 1998 den internasjonale promoteringen av de Olympiske lekene ville generere 1,6 millioner ekstra turister i perioden 1997 til 2004, og eksportinntekter for AUS\$2,9 milliarder (13,1 milliarder danske kroner). Senere beregninger fra 2004 nedjusterte tallet til 900,000 turister – altså bare 56 % av den opprinnelige prognosen. Analyser fra 2001 spådde en årlig vekst på 7,8 % de neste ti årene – noe som ville gitt 10,2 mill innkommende turister til Australia i 2010. I 2004 ble dette nedjustert til 7 millioner. (Cashman, 2006)

Tilsvarende mønster – med forventninger langt over hva som faktisk ble realisert – observerte man også i forbindelse med vinter-OL på Lillehammer. Selv om turistetterspørselen økte i tiden etter OL, ble veksten langt mindre enn forhåndsprognosene spådde – både på lokalt og nasjonalt nivå. En forhåndsanalyse prognostiserte at nordmenns etterspørsel etter vinterturisme i utlandet ville reduseres med 10 % de første ti årene etter OL – og likeså at etterspørselen fra utenlandske turister ville øke med 10 %. (Aasheim, Bjørnland & Hervik, 1990). Den samme optimismen preget også prognosene til den lokale reiselivsnæringen som spådde en total vekst på 125% (7% per år) i perioden 1988-2000. (Teigland., 2006)

Etterhåndsanalyser tyder på at lekene hadde positive effekter for den lokale turistnæringen, men at disse var betydelig lavere enn forhåndsprognosene. Dette skriver Spilling (1998):

The Olympics have served as an important catalyst for developing the tourism industry, particularly in the core parts of the Olympic region. It has been a significant intermezzo, and there have been a number of investments both intended and unintended which have contributed to the intermezzo. But there has also been a permanent expansion and improvement in the industry, which now seems to be operating at a level significantly higher than it was by the end of the 1980s, where it not would have been today if the Olympics not had been organised. However, the development during 1997 may indicate that the impacts of the Olympics are fading out, as the region experienced a decline in recorded guest nights, which was in contrast to the national development which still was showing growth.

Lønnsomhetsanalyser må vurdere de positive effektene i forhold til kostnadene, og derfor er det interessant å merke seg Spillings konklusjoner om dette:

The tourism industry is the most significant growth sector affected by the Olympics. Contact with the involved companies revealed that the employment status basically was the same in 1997 as reported in 1994, with some minor changes up and down. This gives reason to maintain the estimate of a long-term employment effect of between 100 and 200 full time equivalents.

Når en vurderer dette i forhold til investeringene på 5-6 milliarder (norske) kroner er sysselsettingseffekter i størrelsesorden 100-200 arbeidsplasser ikke særlig imponerende. Selv om det ble registrert positive turist-effekter, var de forholdsvis moderate sett i relasjon til investeringene og forventningene. Dette inntrykket bekreftes av andre beregninger. Statistikker fra 1995 viste at den lokale veksten hadde vært 55 % lavere enn spådommene, og at nesten all vekst (92 %) var fritids reisende. Konferansemarkedet hadde svært lav vekst, faktisk bare 1 % av hva de lokale myndighetene spådde. (Teigland, 1996).

Den urealistiske optimismen før lekene skapte i seg selv problemer ved at den førte til en kraftig vekst på tilbudssiden. Nye investeringer fant sted i hotellsektoren, og fra 1988 til 1994 økte antallet permanente overnattingsenger med 6200 (75 %) i Lillehammer og nærområdet. Dette ble ikke akkompagnert av en tilsvarende vekst på etterspørselsiden, noe som førte til en vesentlig reduksjon i lønnsomheten in hotellsektoren. Teigland (1996) konkluderer:

In other words, the Olympics have not made the host region attractive enough among the consumers to fill up the increased commercial accommodation capacity developed by the private sector and the organisers of the Olympics. This unbalanced market situation can be a long term market effect. As it most probably will take years before the tourist traffic has increased enough to move average occupation rates up from 42% to profitable rates of 55-60%.

Teigland (1996) konkluderer med at veksten i overnattingssetterspørselen på landsbasis i Norge kan tilskrives den generelle veksten i norsk økonomi, kombinert med en generell trend til økt reiseaktivitet – altså andre årsaker enn OL. Modellberegninger basert på offisielle statistikker beregnet 1,9 % økning i innkommene turisme på nasjonalt nivå for 1995 og 96 sammenlignet med de tre siste før-Olympiske årene, når det justeres for andre faktorer. Dette var vesentlig lavere enn spådommen om 10% økning. Den innenlandske etterspørselen fra mai 1994 og ut 1995 ble faktisk redusert med en prosent, noe som var i klar kontrast til de optimistiske forhåndsprediksjonene.

Teigland (1996) skriver videre:

“The tourism developments so far in the Norwegian host town and region are in many ways lower than expected by both private investors and public authorities. One effect of the too high expectations is a clear overcapacity of commercial accommodation supply afterwards. Another effect is serious economic problems in the host town, which now have to reduce its public budget with 12-14% from 1997 on. The recent sale of the major alpine facility for US\$1 (one) to prevent bankruptcy reflects also that the realities have been different from local expectations (and forecasts by more or less serious advisors). The expected high economic effects from sports events and much lower realities, seems to be a normal experience internationally”.

Crompton (1995), som fokuserer på hvilke klassiske feil som begås i slike forhåndsanalyser, går enda lengre når det gjelder å trekke spissformulerte konklusjoner:

”...in many cases, errors in assessments of impacts from sports-events have been used to deliberately mislead decision-makers and the public, leading to too high expectations”.

Sommer-lekene i Los Angeles 1984 er ofte referert som et suksess-arrangement ut fra økonomiske kriterier. Dette er riktig dersom man bare vurderer inntektene og kostnadene for arrangørene. Det offisielle overskuddet beløp seg til US\$386 millioner omregnet til 2000-verdi (Preuss, 2004). Den viktigste årsaken til det positive resultatet var at byen var eneste søker til disse lekene. Dette skyldtes av andre søkerbyer var blitt skremt av de katastrofalt dårlig finansielle resultatene for lekene i München (1972) og Montreal 1976, hvorav spesielt sistnevnte etterlot seg en enorm gjeld som de lokale skattebetalerne har brukt flere ti-år på å nedbetale. Byens infrastruktur ble kraftig opprustet, samtidig som økonomistyringen under forberedelsene var svært dårlig. Den canadiske regjeringen var heller ikke villig til å finansiere underskuddet som derfor måtte dekkes i sin helhet av de lokale myndighetene. Derfor ble nødvendig med ekstraordinær lånefinansiering – og som igjen ble finansiert gjennom ekstra øremerkede skatter. Først i disse dager – ca. 30 år senere – er gjelden i ferd med å bli nedbetalt.

Mangelen på konkurrenter gjorde at Los Angeles hadde gode kort på hånden overfor IOC når det gjaldt fordelingen av kostnader og inntekter fra arrangementet. IOC var villige til å betale en langt større del av regningen enn de normalt gjør. Dessuten kunne Los Angeles gjøre mer nytte av eksisterende anlegg sammenlignet med tidligere arrangørbyer, noe som igjen reduserte behovet for investeringer betraktelig.

På den annen side ble lekene en ulønnsom affære for byens reiselivsnæring og andre produsenter som lever av turister. Dette skyldtes at OL-turistene fortrengte ordinære turister og som hadde et vesentlig høyere forbruk enn OL-turistene. De fleste attraksjonene for ferie- og fritidsreisende rapporterte aktivitet 20-35% under normalt nivå. Blant de lokale restaurantene rapporterte 80% om omsetning som var lavere enn normalt for denne perioden av året. Samtidig viste undersøkelser i forkant av OL at 60-70% av hotell- og restaurantindustrien forventet at OL ville generere økt omsetning. (Pyo, Cook & Howell, 1988). Denne reduksjonen skyldtes også at mange lokalbeboere dro bort under lekene for å unngå kø og trengsel (Teigland, 1996). Derfor er det ikke overraskende at Pyo et. al. (1988) beregnet et aggregert tap for den lokale reiselivsnæringen på \$331 millioner. Selv om noe av dette tapet ble oppveid av time-switching, illustrerer det likevel at et OL kan være lønnsomt for noen – og ulønnsomt for andre. Time-switching refererer til at turister forskyver reisen i tid. Noen utsetter eller framskynder reisen for å unngå arrangementet, mens andre gjør det motsatte – altså flytter en allerede planlagt reise til arrangementet perioden for å få det med seg. Derfor er det viktig at analyser som promoterer at slike arrangement er lønnsomme – også presiserer for hvem de lønnsomme (og ulønnsomme).

Sommer-lekene i Seoul 1988 er dokumentert å ha generert positive langtidseffekter for Korea. Dette ble estimert å ha tiltrukket 640,000-1,000,000 ekstra besøkende til Korea de første årene etter lekene. (Kang & Perdue, 1994). I denne perioden ble det imidlertid brukt betydelige ressurser på å promotere Korea som turist destinasjon, noe som kompliserer mulighetene til å identifisere hvor stor andel av økningen som skyldes OL (Cashman, 2006).

Fotball VM i Japan/Korea ble et annet eksempel hvor optimistiske forventinger om turisttilstrømning ikke slo til. Selv om Korea opplevde en vekst i turisttilstrømningen fra Europa, ble dette oppveid av en tilsvarende nedgang fra andre Asiatiske land – hovedsakelig fra Japan. Totalt besøkte 463,000 utenlandske turister landet under VM-perioden (også inklusive ordinære turister) – noe som var identisk med antallet turister samme periode året før. Siden VM-turistene viste seg å ha et forbruk i overkant av ”vanlige” turister, ga det likevel en positiv nettogevinst for den nasjonale reiselivsnæringen (Lee & Taylor 2005).

Lignende erfaringer ble gjort i Japan. Mens optimistiske forhåndskalkyler spådde en halv million VM turister (i tillegg til ordinære turister), viste tallene i etterkant at landet bare trakk ca. 30,000 flere turister enn tilsvarende periode året før. Til sammen besøkte 482,000 utlendinger Japan under VM-perioden (Horne & Mansenreiter, 2004)

Lignende virkninger ble registret i forbindelse med VM i friidrett i Gøteborg 1995 (Hultkranz, 1998). Effektene for norske og tyske turister (de to viktigste markedene) ble

faktisk ”nullet ut” av ”time-switching” og ”crowding-out” effekter. Crowding-out refererer til at tilreisende som holder seg borte under arrangementsperioden av frykt for høye priser eller kapasitetsmangel.

Fotball-VM i USA er et annet arrangement hvor disse effektene førte til negative nettoeffekter for den lokale reiselivsnæringen. Dette gjaldt spesielt i de største byene, som New York og Chicago, som ellers ville ha avholdt kongresser i perioden VM pågikk. Siden arrangørene av disse kongressene fryktet at VM ville føre til knapphet på hotellrom den aktuelle perioden, ble disse arrangementene flyttet til andre byer (Baade & Matheson, 2004). Derfor representerte dette et reelt tap, som ikke ble utnullet av ”time-switching”.

Hensikten med denne gjennomgangen av resultatene fra eksisterende forskning er å nyansere misforståelsene om mega-arrangementer er en garantert gullgruve for vertsregionen – både på kort og lang sikt. Likeså gjelder det å øke respekten for at årsakssammenhengene kan være mer kompliserte enn mange later til å tro. At aktørene i vertsregionen har realistiske forventninger når det gjelder evnen til å stimulere turisttilstrømmingen kan i seg selv påvirke om arrangementene bidrar til økt lønnsomhet. Urealistisk optimisme kan medføre en investeringsvekst på tilbudssiden – eksempelvis i hotellsektoren – som er større enn hva den langsiktige etterspørselsutviklingen danner grunnlag for. I så fall kan investeringer som hadde gitt god avkastning dersom flere hadde hatt is i magen – likevel blir ulønnsomme fordi det var for mange som investerte, eksempelvis slik det skjedde for hotellnæringen i Lillehammer-området.

Promotering av vertsregionen og identifisering av årsakssammenhenger

For å identifisere og måle effektene av et mega arrangement er det viktig å ha respekt for at årsakssammenhenger kan være kompliserte. Eksempelvis bør man ta høyde for at en eventuell økning i turisttilstrømmingen på lang sikt også kan ha andre årsaker enn et mega arrangement. Det samme gjelder hvorvidt arrangement kan forbedre folkehelsen ved stimulere folk til å mosjonere mer enn tidligere. I tillegg bør det også vurderes om eventuelle positive virkninger alternativt kunne vært oppnådd like (eller mer) effektivt ved hjelp av andre virkemidler. Spesielt dersom disse effektene var den primære årsaken for å avholde arrangementet.

Et relevant eksempel er målingen av promoteringseffektene for vertsregionen. Tilhengerne av mega-arrangementer tar gjerne utgangspunkt i hva det hadde kostet å kjøpe tilsvarende mediedekning som reklame. Dette er en metode forskere som har arbeidet med

destinasjonsmarkedsføring som spesialfelt betrakter som uegnet og useriøs, se bl. a. (Chalip, Green & Hill, 2003; Whitson & Macintosh, 1996; Mossberg & Hallberg, 1999).

At en by avholder et sports arrangement er ikke tilstrekkelig til at vi får lyst til å reise dit. Vi bør også informeres om den har noe attraktivt å tilby oss som besøkende. Det kan også være viktig å skape mer positive holdninger til byen blant potensielle turister.

En undersøkelse i tilknytning til et kjent racer-bil løp (Indy Car) som ble avholdt på "Gold-Coast" (det mest populære ferie- og fritidsreisemålet i Australia) dokumenterte at arrangementene også kan skape negative effekter. En av konklusjonene i denne forskningen var (Chalip, Green & Hill 2003):

Thus, the true value worth of event media is not what an equivalent number of advertising minutes would cost. The worth of the event depends on the worth of the event's unique contribution to market position. That is measured by market response, not by the minutes of media. Indeed, as the results here clearly show, the effect of event media could be negative.

To undersøkelser i forbindelse med Sydney OL i 2000 viste til dels ulike resultater. Den ene ble gjennomført i Japan, Taiwan, Hong Kong, USA, Storbritannia og Tyskland i regi av Australia Tourism Commission - med før-undersøkelser i Februar/Mars 2000 og etterundersøkelser i juli/august 2001. Disse viste økt kunnskap og mer positive følelser for Sydney og Australia etter OL, og likeså at flere var blitt interessert i å besøke byen og landet. En annen undersøkelse som ble gjennomført i Sør-Afrika, USA, Malaysia og Hong Kong, fokuserte på holdninger til Australia og Australiere viste til dels motsatte effekter. Det siste gjaldt spesielt i Sør-Afrika hvor holdningene til Australiere ble mer negative etter lekene. Årsaken til dette var at Sør-Afrikansk media fokuserte mye på den dårlige behandlingen av Aborigines (urinvånere). I Malaysia og Hong Kong registrerte man også tendenser til mer negative holdninger etter OL, som at Australiere ble oppfattet å ha rasistiske holdninger til Asiater. I USA ble det ikke registrert noen holdningsendringer. Denne undersøkelsen illustrerer at de lokale arrangørene har begrenset innflytelse når det gjelder bildet av vertsnaasjonen som media formidler til "resten av verden" (Rivenburgh, Louw, Loo, & Mersham, (2003).

Det er viktig å huske på at TV seere og avislesere verden over primært er interessert i idrettskonkurransene, samt stoff om sine egne favoritter. Informasjon om vertsnaasjonen kan nok vekke en viss interesse, men kommer likevel i andre rekke hos de fleste TV-seerne. Flesteparten av konkurransene foregår inne på stadioner – og for TV seerne er en fotballbane en fotballbane – et svømmebasseng et svømmebasseng – uavhengig av om konkurransene

foregår i London, Sydney eller København. Denne sommeren følger folk verden over med på TV-sendingene fra fotball VM i Tyskland. Svært mange nøyer seg med å følge sendingene fra kampene, supplert med bakgrunnsreportasjer om lag og spillere de er spesielt interessert i.

Målinger om kjennskapen og holdningene til vertsregionene viser ulike resultater. Undersøkelser i Europa og USA i tilknytning til Vinter-OL i Calgary 1988 viste en kraftig økning i kjennskap til byen hos Europeere de første årene etter lekene, men også en "back to normal" tendens etter en tid. Lignende mønstre ble registrert i målinger i USA, men her var effektene mindre, noe som var naturlig siden kjennskapen til byen var større i nabolandet enn i Europa (Ritchie & Lyons, 1992).

Forskere ved Universitetet i Gøteborg gjennomførte undersøkelser i tilknytning til friidretts VM i Gøteborg (1995) som fokuserte på utlendingers holdninger og kjennskap til byen. Disse ble gjennomført blant ordinære tilreisende til byen – før og etter arrangementet – og fant ingen endringer etter VM (Mossberg & Hallberg, 1999).

Undersøkelser i tilknytning til EM i fotball 2000 i Belgia og Nederland som ble utført i England, Spania, Frankrike, Tyskland og Italia, dokumenterte visse økninger i kjennskapen til vertsbyene i enkelte av landene. Her var det interessant å merke seg at økningen var kraftigst i de landene som nådde finalen (Italia og Frankrike). Dette illustrerer tilfeldighetene som kan prege promoteringseffektene mega-arrangementer genererer. Når turistnæringen bruker penger på markedsføring vil den konsentrere innsatsen om de markedene hvor de potensielle kundene befinner seg. Dette er imidlertid ikke nødvendigvis de markedene hvor promoteringseffektene av et arrangement er kraftigst. Undersøkelsene fra fotball-EM dokumenterte også glemselseffekten kan være kraftig (og hurtig). Eksempelvis husket bare 10% (i 2001) at fotball EM i 1996 ble avholdt i England – mens 55% hadde glemst mesterskapet i 2000 fant sted i Belgia/Nederland – altså bare ett år senere. (Oldenboom, 2005)

Undersøkelser i tilknytning til vinter-OL i Salt Lake City som ble gjennomført i Europa, viste ingen effekt når det gjaldt kjennskapen til staten Utah. Derimot øktes kjennskapen til byen og statens naturgitte fasiliteter – bl. a. at den hadde landskap som egnet seg for vintersportsturisme. Slik promotering kan være verdifull for vintersportssteder (Bamosy & Stephens, 2003).

Disse erfaringene illustrerer at regnestykker som tar utgangspunkt i hva det ville kostet å kjøpe tilsvarende mediedekning som reklame er ufullstendig som mål for effekten av promoteringen. Derfor er de liten grunn til å ta alvorlig beregningene i Pricewaterhouse Cooper(PWC)-rapporten om at promoteringsverdien for Sydney av å arrangere OL utgjorde en verdi av AUS\$3,8 milliarder (16 milliarder kroner).

Slike forhold illustrerer viktige forskjeller mellom forskning og konsulentrapporter som er utført på oppdrag av arrangørene. Mens forskere er forsiktige med å trekke konklusjoner om årsakssammenhenger som er basert på tynt grunnlag, har gjerne konsulentene mindre motforestillinger mot dette. Derfor er terskelen for å kreditere arrangementene for de positive virkningene også mye mindre. Dette finner man flere spor av i Rambøll-rapporten, så vel som i PWC-rapporten om Sydney OL.

Forbedring av folkehelsen

Rambøll-rapporten legger til grunn at OL vil forbedre idrettsaktiviteten hos den danske befolkningen, og kalkulerer dette til en verdi av 2,6 milliarder kroner (1,2 milliarder i 2005-verdi). Tallet er basert på en undersøkelse fra Australia i forbindelse med Sydney OL, samt forskning av Syddansk Universitet som beregner helsegevinstene av forbedret sunnhet pga. økt mosjon. Det er forholdsvis godt dokumentert at mosjon medfører helsegevinster, se bl. a. Gratton & Taylor (2000). Derimot er det ikke tilsvarende godt dokumentert at et OL i seg selv stimulerer befolkningen til økt mosjon. Rambøll-rapporten siterer følgende fra den Australske undersøkelsen:

... antallet af aktive sportsudøver er steget med 25-30% i perioden 1999-2002...og videre...: "Analysen konkluderer, at dette skyldes OL2000 i Sydney. Effekten var markant i så vel olympiske som ikke-olympiske sportsgrene.

Påstanden om at analysen konkluderer med at effektene skyldes Sydney OL er imidlertid ikke korrekt. Selv om det ble registrert økninger i mosjonsaktivitetene, konkluderer ikke de australske forskerne med at OL var årsaken, slik Rambøll-rapporten hevder. For det første var aktivitetsøkningen kraftigere for ikke-olympiske idretter og aktiviteter – enn i olympiske idretter. Størst ble registrert for "bush-walking" og "walking", noe forskerne fant vanskelig å tilskrive OL æren for. For det andre gjorde endringer i registreringsmetodene det vanskelig å stole på om økningen virkelig var reell.

De australske forskerne presenterte resultatene fra sine undersøkelser på en konferanse i Sydney 2005, og her trakk de følgende konklusjoner⁷:

"Reported increases in Mass Sport Participation from 1999-2001 were due to, either:

- a) Olympic effect,*
- b) or changes in survey design*

⁷ http://www.business.uts.edu.au/acem/event_management_conference.html

c) *or both,*

d) *and/or other factors*

If a): why the increase in non-Olympic activities? – especially non-competitive walking - because of (b), we will never know ... ”

Som en ser, samsvarer ikke dette med Rambøll-rapporten's tolkning. En av de australske forskerne, Kristin Toohey, ble konfrontert med de danske konsulentenes konklusjon, og hennes reaksjon på Rambøll-rapportens sitat var ikke til å misforstå (email 20.04.2006):

”the consultants are wrong. No conclusions can be drawn from the data, other than saying you cannot conclude from the data that the Olympics resulted in an increase in sport for all (only in spectatorship and TV-watching!”

I et midlertidig utkast til et working-paper skriver de:

From our investigations it appears that any reported increases in sport participation, 1999-2001 were due to, either an Olympic effect, or changes in survey design, or both, and/or other unknown factors. If it was the first, then why the increase in non-Olympic activities, especially non-competitive walking? Because of the changes to the survey design it is impossible to draw any conclusions as to the exact reason. Thus, it is impossible to conclude that the 2000 Games left a legacy of “Sport For All” in Australia. And interestingly, when the Official Report of the Games of the XXZII Olympiad was published in 2002 it made no mention of sport in legacy section.

De australske forskerne betrakter vurderingene til den engelske regjeringen i forbindelse med London's søknad om sommer-OL i 2012 som realistiske og ærlige. Her heter det bl. a. (United Kingdom, 2002)

There is little evidence that hosting events has a significant influence on participation. As the majority of people experienced hosted events via TV, it is difficult to separate the impact of winning international competitions from that of hosting...international success does not appear to have a lasting effect on participation. More importantly, if increased participation is generated, it may be as much as a consequence of the public profile of the sport via news and advertising. It could be argued that media coverage may be greater if an

event is hosted in the UK. However, media coverage often tends to be dictated by the popularity of the sport in question regardless of location and the success of UK competitors. Therefore it is difficult to prove that actually hosting an event affects mass participation aside from the success of UK athletes and the level of media coverage. Depending on the scale of the subsidy, it would seem that hosting events is not an effective, value for money method of achieving either a sustained increase in mass participation or sustainable international success

Disse motforestillingerne betyr ikke at det er umulig å stimulere mosjonsaktiviteten ved hjelp av slike kampanjer – også i tilknytning til et OL-arrangement. Dette var også ideen bak et prosjekt i forbindelse med vinter-OL på Lillehammer, som fikk navnet ”*Folk i Form til OL*”. En evaluering av prosjektet dokumenterte at folk var blitt mer oppmerksom på fordelene av å drive mosjon. Visse tendenser til økt aktivitet ble også registrert, men dog ikke så store utslag som når det gjaldt holdningene. (Ommundsen & Aarø, 1994)

Samtidig bør man være forsiktig med å kreditere OL for de positive effektene. Antakelig kan de oppnås like (eller mer) effektivt av andre tiltak. Huske at OL omfatter mange idrettsgrener som det store flertallet av befolkningen ikke utøver selv. Den allmenne interessen for idrettsgrener som bueskyting, roing og kajakk er forholdsvis moderat – selv om flere blir interesserte i å følge med på TV dersom utøvere fra ens egne nasjoner har suksess. IOC krever imidlertid at konkurransene finner sted i moderne anlegg – noe som kan kreve kostnadskrevende investeringer. Dersom målsettingen var å stimulere mosjonsaktiviteten og folks helse kunne dette sannsynligvis oppnås mer effektivt gjennom investeringer i anlegg innen idretter hvor majoriteten av befolkningen er aktiv. Det er godt dokumentert at økt mosjon forbedrer folkehelsen, men ikke at OL i seg selv vil øke mosjonsaktiviteten. Derfor virker det useriøst å tilskrive OL æren for en forbedring av folkehelsen – både når det gjelder tolkningen av undersøkelsene fra Australia og forhåndsprognosene om København OL.

Disse forholdene gjør at det er vanskelig å ta alvorlig regnestykket om at OL vil bedre den danske folkehelsen, og at dette har en verdi på 2,6 milliarder kroner (1,191 omregnet i 2005-verdi). Dette har mer karakteren av ”tenk på et tall tilnærming” enn å være seriøs dokumentasjon.

Kostnadssiden

Det største spørsmålstegnet ved kostnadsestimeringen gjelder totalomfanget. Undertegnede har imidlertid ikke foretatt noen grundige analyser når det gjelder realismen i de enkelte

budsjettpostene, bortsett fra overfladiske sammenligninger med tidligere arrangørregnskaper. Spesielt virker investeringene i infrastruktur på 600 millioner kroner å være lave. Dette er vesentlig lavere enn for tidligere Olympiske leker, hvor erfaringene gjerne er at investeringene blir langt mer omfattende og kostnadskrevede enn de første budsjettene tar høyde for. Arrangørene av Lillehammer OL planla også et ”billig” og konsentrert arrangement – med de fleste arenaene plassert innen ”gå-avstand”. Dette viste seg imidlertid ikke å holde stikk. Seks måneder etter at byen fikk tildelt vinter-lekene hadde de offisielle kostnadsestimaterne økt med 500% (Teigland, 1996).

Rambøll-rapporten budsjetterer med sikkerhetskostnader på 500 millioner kroner, noe som er basert på gjennomsnittsbudsjetteringene for de fem kandidat-byene til sommer-lekene i 2012. Erfaringer fra tidligere leker tilsier imidlertid at kostnadene gjerne blir vesentlige høyere (også enn budsjettene). Arrangørene av Athen OL hadde budsjettert med å bruke 720 millioner kroner (US\$122 mill) – men endte opp med en regning på 10,6 milliarder kroner (US\$1,8 milliarder). For Sydney OL beløp sikkerhetskostnadene seg til 1,8 milliarder kroner (US\$300 millioner)⁸, mens arrangørene av Atlanta OL brukte 900 millioner kroner (US\$150) (Independent, 2004, 02, mai)⁹. Enkelte kilder opererer med noe lavere anslag for disse to arrangementene, men dette kan skyldes at organisasjonskomiteen ikke har betalt hele regningen. Det kan også nevnes at sikkerhetskostnadene for London OL i 2012 er oppjustert til 2,35 milliarder kroner (US\$400), men at eksperter på sikkerhet frykter at det endelige beløpet faktisk kan bli doblet¹⁰. Som en ser, ligger alle disse tallene betydelig over hva Rambøll-rapporten mener er nødvendig for København-OL, og derfor virker anslaget på 500 millioner kroner urealistisk lavt.

Rambøll-rapporten argumenterer for at sikkerhetsarbeidet kan effektiviseres. Likeså at den utryggheten som preger verden i dag er et forbigående fenomen – slik at terrorfrykten vil være vesentlig redusert i 2020. Konsulentene forutsetter altså at verden har vendt tilbake til tilstanden før ”September 11”, bombene i Bali og London når København OL går av stabelen. Det har liten hensikt i å spekulere hvorvidt dette vil holde stikk. Imidlertid kunne rapporten med fordel tatt høyde for andre alternativer ved å presentere scenarier som illustrerte konsekvensene av høyre sikkerhetskostnader.

Som nevnt tidligere kan de samfunnsøkonomiske kostnadene (alternativkostnadene) bli lavere dersom man kan bruke arbeidskraft som alternativt ville vært ledig. I så fall

⁸ http://www.businessweek.com/magazine/content/05_33/b3947076_mz054.htm

⁹ http://www.findarticles.com/p/articles/mi_qn4159/is_20040502/ai_n12755588

¹⁰ http://www.businessweek.com/magazine/content/05_33/b3947076_mz054.htm

reduseres ikke produksjonen av andre varer og tjenester i samfunnet, slik at alternativkostnaden vil være null. Det er imidlertid umulig å beregne verdien av slike forhold 10-15 år før et eventuelt OL finner sted.

Konklusjoner

Denne artikkelen har forsøkt å illustrere de store variasjonene i økonomiske virkninger av mega-arrangementer – både på kort og lang sikt. Mens optimistiske forhåndsevalueringer argumenterer for at arrangementene vil bli svært lønnsomme for vertsregionen, viser forskning utført i ettertid at de økonomiske gevinstene gjerne er blir lavere enn forventet.

Søkere av slike arrangementer viser ofte til erfaringene fra Barcelona OL som dokumentasjon for at arrangementene kan skape en positiv økonomisk utvikling. Det er imidlertid viktig å ta i betraktning at Barcelona's suksess ikke skyldtes OL, men gigantiske investeringer i for- og etterkant av arrangementet. Disse investeringene førte til en kraftig opprustning av byens infrastruktur og dens fasiliteter – noe som i ettertid har vist seg å være verdt pengene. Arrangørbyer som ikke foretar de samme investeringene bør imidlertid ikke forvente å høste de samme fruktene som Barcelona gjorde. Det er heller ingen automatikk i at byer som investerer like mye som Barcelona vil oppleve den samme suksessen. Faktorene som bestemmer attraksjonen til byer og land er mange, og noen av dem er umulig å kopiere, eksempelvis klima og befolkningsgrunnlag.

Rambøll-rapporten presenterer et regnestykke som forteller at København-OL kan generere et samfunnsøkonomisk overskudd på 486 millioner kroner (neddiskontert til 2005-verdi) og 3,7 milliarder i nominelle priser. Selv om det understrekes at beregningene er heftet med usikkerhet, har likevel beløpet blitt referert som en "sannhet" og tillagt en vekt som det ikke fortjener. Dette skyldes den store usikkerheten som preger mange av virkningene – eksempelvis inntektspostene for turisme, forbedring av folkehelsen og sikkerhetskostnadene.

Som nevnt innledningsvis er det blitt utført mye forskning om virkningene slike mega arrangement kan skape, hvorav noen av resultatene er nevnt i denne artikkelen. Det finnes forbausende få spor av denne forskningen i Rambøll-rapporten, som isteden legger mer vekt på forhåndsanalyser og oppdragsutredninger utført på vegne av arrangører.

Rapporten kunne med fordel vist ulike scenarier for de inntektene og kostnadene hvor det hersker stor usikkerhet, eksempelvis turistinntekter, sikkerhetskostnader og investeringer i infrastruktur. Dette ville illustrert overfor leserne hvor vage de samfunnsøkonomiske lønnsomhetsprognosene i virkeligheten er. I tillegg behandles kompliserte årsakssammenhenger som om de er mer entydig enn de i virkeligheten er. Hovedinntrykket er at Rambøll-rapporten gaper over for mye ved at den behandler (og beregner) virkninger som om de er lettere å predikere enn de i virkeligheten er.

Dette betyr imidlertid ikke at et sommer-OL i København er en dårlig ide – også om de økonomiske gevinstene blir lavere enn Rambøll-rapporten predikerer. Uansett om budsjettene overskrides, vil kostnadene av et OL i København være forholdsvis beskjedne i det store bildet. Eksempelvis utgjorde kostnadene for Lillehammer OL til sammen (bare) 0,25% av det norske nasjonalproduktet – og 1,1% av det offentlige konsumet i de seks årene forberedelsene foregikk. Til sammen utgjorde Sydney OL 0,1% av det australske nasjonalproduktet og 0,55% av det nasjonale konsumet. (Preuss, 2004). Derfor skulle det ikke herske tvil om at København og Danmark har råd til et slikt arrangement – uten at det raserer den danske økonomien. Erfaringer fra tidligere OL tilsier at majoriteten av københavnere og dansker vil glede seg over arrangementet og oppleve det som en folkefest – noe som i seg selv er en verdi. Med andre ord – konsumentoverskuddene denne artikkelen omtaler flere steder. Dersom man bestemmer seg for å søke bør man imidlertid ta høyde for at arrangementet vil koste danske skattebetalere noen kroner. Likevel vil nok de fleste mene at festen var verdt pengene etter at OL er over.

Referanser

- Andersson, T., D., Rustad, A. & Solberg, H. A. (2004). Local residents' monetary evaluation of sports events. *Managing Leisure* 9 (145-158).
- Baade, R. & Matheson, V. (2004). The quest for the cup: Assessing the economic impact of the World Cup, *Regional Science*, 38, 341-352.
- Baade, R. & Matheson, V. (2002). Upon Further Review: An Examination of Sporting Event Economic Impact Studies. *The Sport Journal*, 5(1). Retrieved 27.02.2006 from: <http://www.thesportjournal.org/2002Journal/Vol5-No1/studies.htm>
- Bamossey, G. J., & Stephens, S. (2003). *Utah image and awareness: The post-Olympics European study, 2002*. Retrieved January 02, 2006, from travel.utah.gov/2002_European_Awareness_Study.pdf
- Brunet, F. (2002). The economic impact of the Barcelona Olympic Games. 1986-2004. Barcelona: the legacy of the Games 1992-2002. In. Miquel Botella (eds.), Barcelona: l'herència dels Jocs. 1992-2002. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB, Planeta Ajuntament de Barcelona.
- Cashman, R (2006). *The bitter sweet awakening. The Legacy of the Sydney 2000 Olympic Games*. Walla Walla press.
- Chalip, L. (1999). Volunteers and the organisation of the Olympic Games: economic and formative aspects. Paper presented at the Symposium held in Lausanne, 24-26 November, 1999: Volunteers, Global Society and the Olympic Movement. Retrieved 22.02.2006 from: <http://www.blues.uab.es/olympic.studies/volunteers/chalip.html>
- Chalip, L. (2002). *Using the Olympics to optimise tourism benefits*. Retrieved January 2, 2006 from http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/abs.asp?id_llico=7
- Chalip, L. Green, B. C. & Hill, B. (2003). Effects of sport event media on destination image and intention to visit. *Journal of Sport Management*, 17, 214-234.
- Crompton, J. L. (1995). Economic impacts analysis of sports facilities and events: Eleven sources of misapplication. *Journal of Sport Management*, 9, 14-35.
- Gratton, C & Taylor, P. (2000). *Economics of sport and recreation*, London, UK: Routledge.
- Késenne, S. (2005). Do we need an economic impact study or a cost-benefit analysis of a sports event? *European Sport Management Quarterly*, 5, 133-142.

- Horne, J. D. & Manzenreiter, W. (2004). Account for mega-events. Forecast and Actual Impacts of the 2002 Football World Cup Finals on the Host Countries Japan/Korea. *International Review for the Sociology of Sport*, 39, 187-203.
- Hultkrantz, L. (1998). Mega-event displacement of visitors: The World Championship in athletics, Göteborg 1995. *Festival Management & Event Tourism* 5, 1-8
- Kang, Y. & Perdue, R. (1994). Long-term impact of a mega-event on international tourism to the host country: A conceptual model and the case of the 1988 Seoul Olympics, In M. Uysal (Ed.), *Global Tourist Behaviour*. New York, US: International Business Press.
- Laventhol & Horwarth (1984): *A survey: The impact of the 1984 Summer Olympic Games on the lodging and restaurant industry in Southern California*, Los Angeles: Laventhol & Horwarth
- Lee, C. K. & Taylor, T. (2004). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26, 595-603
- Mihalik, B. (2000). Host Population Perceptions of the 1996 Atlanta Olympics: Attendance, Support, Benefits and Liabilities.? *Events Beyond 2000: Setting the Agenda*. Sydney, Australia: Australian Centre for Event Management, School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology. 134-140.
- Mossberg, L. L. & Hallberg, A. (1999). The presence of a mega-event: Effects on destination image and product-country images. *Pacific Tourism Review*, 3, 213-225
- Mihalik, B. (2000). Host Population Perceptions of the 1996 Atlanta Olympics: Attendance, Support, Benefits and Liabilities.? *Events Beyond 2000: Setting the Agenda*. Sydney, Australia: Australian Centre for Event Management, School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology. 134-140.
- Mossberg, L. L. & Hallberg, A. (1999). The presence of a mega-event: Effects on destination image and product-country images. *Pacific Tourism Review*, 3, 213-225
- Oldenboom, E. R. (2005). *Costs and benefits of major sports events, a case study of Euro 2000*. Doctoral dissertation, unpublished. Sheffield, UK: Sheffield Hallam University.
- Ommundsen, Y. & Aarø, L. E. (1994). Folk i form til OL-kampanjen. HEMIL-rapport, 1994, nr. 8. Hemil-senteret, Universitetet i Bergen.
- Preuss, H. (2004a). *The economics of staging the Olympics. A comparison of the Games 1972-2008*, Cheltenham, Glos., UK: Edwar Elgar Publishing.
- Pyo, S., Cook, R., & Howel, R. L.(1988). Summer Olympic tourist market – learning from the past. *Tourism Management*, June, 137-144

- Ritchie, J. R. B. & Lyons, M. (1990) OLYMPULSE VI: a post-event assessment of resident reaction to the XV Olympic Winter Games, *Journal of Travel Research* 28 (3), 14-23.
- Ritchie, J. R. B. & Yangzhou, H. (1987) The role and impact of mega-events and attractions on national and regional tourism.: A conceptual methodological overview., in Proceedings of the 37th. Annual Congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism, Editions AIEST, St. Gallen, Switzerland.
- Rivenburgh, N. K ., Louw, P. E., Loo, E., & Mersham, G. (2003). The Sydney Olympic Games and foreign attitudes towards Australia. Gold Coast, Australia: CRCST Publishing.
- Sananhuja, R. (2002): *Barcelona an Olympic City; The city strategy 10 years after the Olympic Games in 1992. Proceedings of: The International Conference on Sports Events & Economic Impact*. Copenhagen, Denmark: Sport Foundation Denmark.
- Spilling, O. R. (2000). Beyond intermezzo? On the long-term industrial impacts of mega-events: The case of Lillehammer 1994. In: L. Larson Mossberg (Ed.) *Evaluation of events: Scandinavian experiences*. New York: Cognizant Communications Corporation.
- Spilling, O. (1994). OL's Næringsmessige betydning på kort og lang sikt. Sluttrapport fra prosjektet "Regionale virkninger av OL". Lillehammer. Østlandsforskning, Rapport nr. 26-1994.
- Teigland, J. (1996). *Impacts on tourism from mega-events – The case of Winter Olympic games*. Sogndal, Norway: Western Norway Research Institute report 13/96
- Veal, T. & Toohey, K. (2005) The sporting impacts of the Sydney Olympic Games. Paper presentert på: The third international event management conference and inaugural event education & research network Australia symposium. Retrieved 23.05.2006 from:
http://www.business.uts.edu.au/acem/event_management_conference.html
- Whitson, D. & Macintosh, D. (1996). The global circus: International sport, tourism, and the marketing of cities, *Journal of Sport and Social Issues*. 20, 278-297.
- Aasheim, G. B., Bjørnland, D. & Hervik, A. (1990). Macroeconomic perspectives on the Winter Olympic Games in 1994. *Sosialøkonomen* nr. 1, 1990.