

1 **Wirtschaftsfaktor America's Cup**

2 Andreas Jung/das AMT

3

4 *Beim prestigeträchtigen Segelrennen der Welt geht es vor allem um eines: viel Geld. Im Juli*
5 *2007 spülen sich in der spanischen Stadt Valencia die Sieger das Salzwasser mit Champagner ab.*
6 *Bis dahin werden Teilnehmer, Sponsoren, Besucher und Veranstalter mehrere Milliarden Euro*
7 *ausgegeben haben – für ein paar Wettfahrten von Segelbooten.*

8

9 Wenn Architekten über die Großen ihres Fachs reden, fällt meistens der Name von Renzo Piano.
10 Der Italiener hat das Pariser Centre Pompidou entworfen, den Kansai International Airport in
11 Osaka (Japan), den London Bridge Tower und er leitete die Rekonstruktion des Potsdamer Platzes
12 in Berlin. Eines von Pianos jüngsten Werken ist eine Bootshalle.

13

14 Ein karrieremäßiger Abstieg? Mitnichten. Der dreistöckige Funktionsbau im spanischen Valencia
15 vereint Boxengasse, Werkstatt, Fitnesscenter, Ersatzteillager, Veranstaltungszentrum, Kantine,
16 Büro, Ausstellungsraum, Fan-Shop und VIP-Lounge des italienischen Profi-Segelteams „Luna
17 Rossa.“ Die Werksmannschaft des italienischen Modelabels Prada ist angetreten, im Juli 2007 die
18 prestigeträchtige Regatta der Welt zu gewinnen – den America's Cup (AC). Die Fassade der
19 Team-Basis schimmert edel und anthrazitfarben. Sie sieht aus, als bestehe sie aus den Kevlar- und
20 Kohlefaser-Segeln der Hightech-Racer. Sie sieht nicht nur so aus, sie ist es auch: Renzo Piano ließ
21 die 3100 große Außenfläche der Team-Basis mit mehr als 50 der riesigen Tücher verkleiden. Neu
22 kosten diese Segel schon einmal 100.000 Euro – pro Stück.

23

24 Die längste Zeit seiner 157-jährigen Geschichte galt der AC als feuchte Duell-Variante für
25 superreiche Schnösel und fand weitgehend unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt. Heute ist er
26 Big Business, vergleichbar mit der Formel 1. „Wir schätzen den ökonomischen Faktor für die
27 Stadt Valencia und für die Region auf 1,5 Milliarden Euro“, sagt José Salinas, Direktor des
28 Valencia Tourism Convention Bureaus (TVBC). „Insgesamt werden hier durch den America's
29 Cup rund 10.000 neue Arbeitsplätze entstehen, vor allem in der Bauwirtschaft und im Tourismus“,
30 prophezeit der Jurist.

31

32 Tatsächlich bewegen Teilnehmer und Veranstalter gewaltige Summen: Allein das Budget der
33 zwölf Segel-Rennställe beträgt insgesamt etwa 600 Millionen Euro. Auf 210 Millionen Euro
34 beläuft sich der Etat der Veranstaltungsgesellschaft „America's Cup Management“ (ACM). Und
35 fürs Dabeisein verjubeln hunderte von Sponsoren einen Großteil ihrer Marketing-Kasse. So kostet

36 dem Unternehmen United Internet aus dem rheinland-pfälzischen Montabaur der Status eines
37 Namensgebers selbst für das chancenlose deutsche Team rund 50 Millionen Euro.
38
39 Der AC ist nichts für Krämerseelen. Doch was macht ihn wirtschaftlich so bedeutsam? Wo bleibt
40 das viele Geld? Ein Vermögen verschlingen allein die Kosten der Teams. „Geld bedeutet
41 Geschwindigkeit“, sagt Dennis Conner (63), vierfacher Gewinner des America’s Cups. Wer mit
42 hundert Millionen US-Dollar antrete, kann seiner Meinung nach unter sportlichen
43 Gesichtspunkten zu Hause bleiben. „Zum Siegen braucht’s heute etwa das Dreifache“, schätzt die
44 Segel-Ikone.
45
46 So beschäftigen die Rennställe über Jahre rund 30 Profi-Segler, die kaum weniger verdienen als
47 Fußballspieler. Die besten Skipper und Strategen erhalten hohe sechsstelligen Jahresgehälter. Für
48 Top-Stars wurden gerüchteweise schon Ablösesummen in zweistelliger Millionenhöhe gezahlt.
49 Hinzu kommen die Gehälter für 60 bis 80 angestellte Boots- und Mastenbauer, Designer,
50 Segelmacher, Meteorologen, Fitnesstrainer, Psychologen, Logistikexperten, Motorbootfahrer,
51 Wartungspersonal, Juristen, Marketingleute und Verwaltungsangestellte.
52
53 Millionen müssen die Teams auch für ihre Sportgeräte aus ultraleichten Hightech-Materialien wie
54 Karbon, Kevlar, Mylar oder Titan investieren. Deren Bau dauert mindestens 20.000
55 Arbeitsstunden – umgerechnet 2500 Manntage. Dadurch entstehen Herstellungskosten in Höhe
56 von etwa vier Millionen Euro pro Yacht, von denen die meisten Teams zwei Stück besitzen. Noch
57 höher sind die Ausgaben für Forschung und Entwicklung. So sind Berechnungen für eine optimale
58 Bootsform weit aufwendiger als für einen Rennwagen. Konstruktionsbedingte Verbesserungen
59 des Bootsspeeds um 0,1 Prozent gelten bereits als ambitioniert, kosten aber Millionen.
60
61 Wohl nicht zufällig werden die wohlhabendsten Teams als heiße Favoriten gehandelt:
62 Titelverteidiger „Team Alinghi“ aus der Schweiz verfügt schätzungsweise über mehr als hundert
63 Millionen Euro. Dem US-Herausforderer „BMW Oracle Racing“ unterstellen Insider nahezu
64 unbegrenzte finanzielle Möglichkeiten. „Das ist doch eine billige Sache“, tönt Oracle-Gründer
65 Larry Ellison, mit 18,4 Milliarden Dollar Privatvermögen einer der zehn reichsten Menschen der
66 Welt.
67 Um ein maximal schnelles Schiff zu konstruieren, steckte das 40-köpfige Design-Team von
68 „BMW Oracle Racing“ 200.000 Arbeitsstunden in Forschung und Entwicklung. Vier Milliarden
69 Rennen ließen die Spezialisten am Computer simulieren.
70

71 Von herkömmlichen PCs sind solche Aufgaben nicht mehr zu bewältigen. Zur Entwicklung der
72 Yacht vom südafrikanischen „Team Shosholoza“ stellte Sponsor T-Systems daher einen Super-
73 Computer zur Verfügung, der sonst für die Entwicklung von Flugzeugen eingesetzt wird. „United
74 Internet Team Germany“ sicherte sich die Unterstützung des Hochleistungs-Modell „SX-8“ vom
75 japanischen Computerkonzerns NEC. Das Gerät gilt mit 65 Billionen Rechenoperationen pro
76 Sekunde („Teraflop“) als schnellster Vektorrechner der Welt.
77
78 Für die Sponsoren scheint sich solches Engagement vielfach Füllen zu rechnen. So wurde die
79 schweizerische Investmentbank UBS von der Wirtschaftswoche jüngst zur besten Finanzmarke
80 des Jahres 2006 gekürt. Zu verdanken hat UBS das vor allem seinem 20-Millionen-Euro-
81 Investment als Sponsor von „Team Alinghi“. „Davon haben wir sehr profitiert“, sagt Bernhard
82 Eggli, verantwortlich für die UBS-Markenführung. Der Segelsport habe zu einem erheblichen
83 Imagetransfer in Bezug auf Parallelen wie Ausdauer, strategische Kompetenz und Professionalität
84 geführt.
85
86 Was für Finanzdienstleister funktioniert, klappt auch in anderen Branchen: Die Liste der Förderer
87 reicht von Autobauern wie BMW, Ford oder Toyota über IT-Unternehmen wie Alcatel, Oracle, T-
88 Systems, Telekom Italia, United Internet, bis hin zu Energieversorgern wie Endesa oder Areva.
89 Aber auch Konsum- und Luxusgüterunternehmen wie Louis Vuitton, TAG Heuer, Nestlé, Coca
90 Cola oder eben Prada setzen auf den AC. Kein Wunder: Die Assoziationen, die sich mit dem AC
91 verbinden, sind so vielfältig wie positiv. Hightech gehört dazu, Exklusivität, Internationalität,
92 coole Typen, Emotionen, sauberer Sport, Jet Set, Legenden und Tradition. „Der America’s Cup
93 übt eine ganz besondere Faszination aus. Dieser Spirit überträgt sich auf unsere Kunden“, sagt
94 Jan-Christiaan Koenders, Leiter Markenkommunikation bei BMW.
95
96 Die Geldmaschine funktioniert vor allem, weil hunderte Medien weltweit über den Cup berichten.
97 Beim letzten AC 2003 in Neuseeland hatten sich 2350 Journalisten aus 49 Nationen akkreditiert.
98 520 Fernsehstationen berichteten in 3369 Beiträgen insgesamt 4610 Stunden und erreichten rund
99 zwei Milliarden Privathaushalte. Es erschienen knapp 45.000 Printartikel. Die Websites des
100 Veranstalters wurden 235 Millionen Mal aufgerufen.
101
102 Solche Zahlen lassen die Herzen von Marketingexperten schneller schlagen. Häufig noch
103 wichtiger als der Werbewert ist aber das Exklusivitäts-Feeling, das Hauptsponsoren ihren Top-
104 Kunden bieten können. Denn nur ausgewählte Gäste der Sponsoren oder Veranstalter kommen

105 den Aktiven wirklich nahe. Besonders üppig dimensioniert ist daher mit 1200 Quadratmetern
106 beispielsweise der Gästebereich der sieben Millionen Euro teuren Basis von „Team Alinghi.“
107
108 Unternehmen, die nicht zum erlauchten Kreis der Sponsoren gehören, können beim America’s
109 Cup Management (ACM) Exklusivität kaufen: Das Angebot „Club Goleta“ besteht aus eintägigen
110 Besucherarrangements zum Preis von mindestens 950 Euro pro Person und ist streng limitiert auf
111 80 Plätze pro Unternehmen. Wichtigster Programmpunkt sind exklusive Regatta-
112 Beobachtungsfahrten in die ansonsten streng abgesperrte Wettkampfzone.
113
114 Derartige Veranstaltungen sind nicht die einzigen Einnahmequellen des ACM, eines vom Genfer
115 Segelclub des Titelverteidigers Alinghi gegründeten Unternehmens. Allein 90 Millionen Euro
116 musste die Stadt Valencia zahlen, um vom ACM den Zuschlag als Veranstaltungsort zu erhalten.
117 Weiteres Geld fließt aus dem Verkauf von Merchandising-Lizenzen, aus dem Betrieb des eigens
118 errichteten America’s Cup Parks für Besucher oder stammt von Sponsoren. Auch die Vermietung
119 der insgesamt rund 700 Liegeplätze im nagelneuen America’s Cup Hafen obliegt dem ACM. Um
120 hier anzulegen, zahlen Eigner einer bescheidenen 15-Meter-Yacht mindestens 105 Euro pro Nacht
121 – in der Nebensaison. Über die Liegegelder für die zum Finale erwarteten 40 Superyachten wird
122 nicht geredet.
123
124 Zum Schnäppchenpreis waren hingegen TV-Rechte zu erwerben – manche Sender haben nur
125 einen Euro bezahlt und erhalten dafür auf Wunsch sogar professionell produziertes Sendematerial.
126 Einzige Gegenleistung: garantierte Sendezeit. „Damit konnten wir uns sehr früh einen weltweit
127 hohen Aufmerksamkeitswert sichern“, sagt Paco Latorre, Leiter der ACM-
128 Unternehmenskommunikation. „Bei den Verhandlungen hatte Reichweite Priorität vor
129 finanziellen Aspekten. Deswegen haben wir Einzellizenzen nicht immer an den meistbietenden
130 Sender vergeben.“
131
132 Latorre, der vom Grand-Prix-Motorsport zum America’s Cup gewechselt ist, gehört zu den 120
133 angestellten ACM-Mitarbeitern aus 20 Ländern. Deren Gehälter verschlingen rund ein Viertel des
134 ACM-Gesamtbudgets. Der gleiche Teil entfällt auf Marketing, Pressearbeit und TV-Produktionen
135 drauf. Die Ausrichtung der Regatten selbst fällt mit rund 20 Millionen Euro vergleichsweise
136 günstig aus. Mindestens die gleiche Summe sollen beim ACM als Gewinn hängen bleiben.
137
138 Gewinnen werden aber auch die 800.000-Einwohner-Stadt Valencia, die Region und ganz
139 Spanien. Tourismus-Direktor Jose Salinas rechnet mit bis zu einer Million zusätzlicher Besucher

140 die bis zu 700 Millionen Euro ausgeben werden. „Bei diesen Gästen handelt es sich nicht um
141 Billig-Touristen sondern um Top-Konsumenten“, sagt Salinas. Die vom ACM prognostizierten
142 fünf Millionen Besucher hält er allerdings für „Propaganda.“
143
144 Nicht unerhebliche Summen werden die zahlreichen, exklusiven Kunden- und Mitarbeitererevents
145 der Sponsoren hereinspülen. Viel Geld stammt aber auch von den Teilnehmern selbst: Nach
146 Salinas’ Einschätzung werden die zwölf Segelteams 360 Millionen Euro im Land lassen.
147 Schließlich handele es sich bei den Mannschaften – Angehörige mitgerechnet – um einen Tross
148 von insgesamt rund 4000 Menschen, die mehrere Jahre in Valencia lebten.
149
150 Neben den konstanten Windbedingungen ist es vor allem dem zurückhaltenden Salinas zu
151 verdanken, dass der Cup nach Valencia kam. Denn der Direktor der Tourismus Zentrale leitete
152 auch die drei Millionen Euro teure AC-Bewerbungs-Kampagne und setzte sich gegen weltweit 49
153 Konkurrenten durch. Dabei profitierte Salinas nicht nur vom passenden Klima sondern auch von
154 einem landesweiten Comittment. „Wir haben Spanien ausgewählt, weil man hier in der Lage ist,
155 sich schnell und flexibel auf eine neue Situation einzustellen“, sagt sibyllinisch ACM-Direktor
156 Michel Bonnefous. Meinen dürfte er damit etwa den ruck-zuck eingeführten fiskalischen
157 Sonderstatus für AC-Teilnehmer: Sie müssen in Spanien nur 35 Prozent ihrer Einkünfte
158 versteuern.
159
160 „Zum Teil war die Bewerbung sicher auch ein politisch gewolltes Projekt, um die Attraktivität
161 der Stadt nachhaltig zu erhöhen“ sagt ACM-Sprecherin Beatriz Pastor y Puga. „Der Zuschlag
162 diente manchen Leuten als perfekte Begründung, um endlich mit einigen, schon seit Jahren
163 geplanten Maßnahmen loszulegen“, bestätigt Elena Gala. Die quirlige Spanierin ist
164 Kommunikationsleiterin des „Consortio Valencia 2007“, einem für den AC gegründeten
165 Gemeinschaftsorganisation von Stadt, Region und Land.
166
167 Das Konsortium verfügt über ein Budget von 500 Millionen Euro und kümmert sich mit 25
168 Mitarbeitern ausschließlich um die Infrastruktur zur Ausrichtung des Cups. 200 Millionen sind
169 bereits fest verplant oder ausgegeben, etwa für den Bau der AC-Marina mit angrenzenden
170 Anlagen (149 Mio.), eines Besucherparks inklusive Gebäude und Tiefgarage für 800 Fahrzeuge
171 (35 Mio.), des Regattabüros (2,5 Mio.) oder für das Pressezentrum (1,9 Mio.). Allein 13 Millionen
172 Euro verschlangen Grüngürtel, Lärmschutzwände und eine Umgehungsstraße für die bis zu 3000
173 Lkw, die täglich den angrenzenden Containerhafen verlassen und das Freizeit-Ambiente im Port
174 America’s Cup stören würden.

175

176 Zudem entstehen durch den AC in Valencia acht neue Hotels mit insgesamt 1600 Betten. Am
177 Flughafen wird eine Landebahn verlängert, ein dreistöckiges Parkhaus gebaut und der
178 Sportboothafen bekommt eine eigene U-Bahn-Station. Insofern ist Renzo Pianos Prada-Bootshalle
179 im ehemaligen Industriefafen nur ein Baustein eines gigantischen ökonomischen Projektes. Ein
180 kleiner Baustein, aber einer der ästhetischsten.

181

182 **(Kasten)**

183

184 **Das ist der America's Cup**

185

186 Insgesamt rund zwei Jahre dauert der America's Cup. Soviel Zeit vergeht zwischen den ersten
187 Vorrunden und dem Finale ab 23. Juni 2007. Die Rennen finden zuschauerfreundlich im
188 küstennahen Bereich statt, dauern in der Regel weniger als zwei Stunden und werden TV-
189 kompatibel nach einem simplen Turniermodus Boot gegen Boot ausgetragen.

190

191 Anders als bei einer Fußball-WM, ist der Titelverteidiger („Team Alinghi“) automatisch fürs
192 Finale gesetzt. Für die elf Herausforderer beginnt die heiße Phase der Qualifikationsregatten am
193 18.4.2007 mit dem Louis Vuitton Cup. Bis dahin bereits absolvierte Wettfahrten gehen mit einem
194 geringen Faktor in die Gesamtwertung ein. Im Louis Vuitton Cup segeln alle Mannschaften je
195 zweimal gegeneinander. Am Ende dieser Vorrunde erfolgt ein spektakulärer Massenstart von allen
196 Booten gleichzeitig.

197

198 Die punktbesten Teams der Vorrunden kommen ins Halbfinale. Hier können sie sich jeweils im
199 K.O. - System – erforderlich sind fünf Siege – für das Herausforderer-Finale und schließlich für
200 den eigentlichen America's Cup gegen den Schweizer Titelverteidiger qualifizieren. Der
201 Gewinner der bodenlosen Silberkanne ist Ausrichter des nächsten Cups, bestimmt damit das
202 Revier, hat maßgeblichen Einfluss auf Regeln und zulässiges Bootsmaterial – und besitzt eine
203 Lizenz zum Gelddrucken.

204