



Das **IOC-Magazin** informiert regelmäßig über die Aktivitäten des IOC und der Olympischen Bewegung.



Olympische Charta
[PDF herunterladen](#)



Offizielle Sponsoren aller Ebenen könnten sich vermehrt Ambush-Angriffen ausgesetzt sehen und um ihr höchstes Gut fürchten: die Alleinstellung.

Aktuell zählt Coca-Cola zu den Mitgliedern des IOC-Programms The Olympic Partners (TOP). Dieses Programm, 1985 geschaffen und für jede olympische Vierjahresperiode neu aufgelegt, vereint bis zu zwölf Sponsoren mit jeweils exklusiven, globalen Marketingrechten in bestimmten Produktkategorien. Sie dürfen sich nicht nur Partner des IOC nennen, sondern auch der Olympischen Spiele und aller Nationalen Olympischen Komitees (NOKs). Im Gegenzug stellen sie finanzielle Mittel sowie Dienst- und Sachleistungen bereit. Das Gros der Einnahmen – im Zeitraum 2009 bis 2012 mindestens 886 Millionen US-Dollar – leitet das IOC an die Organisationskomitees der jeweiligen Spiele (OCOGs) sowie die NOKs weiter.

RAUM FÜR NATIONALE PARTNERSCHAFTEN

Jenseits des TOP-Programms öffnet die olympische Vermarktung Raum für nationale Partnerschaften. So setzen die

OCOGs in Abstimmung mit dem IOC Förderprogramme für das jeweilige Ausrichterland auf. Mit den Erlösen bestreiten etwas das VANOC (Organisator von Vancouver 2010) und das LOCOG (London 2012) große Teile ihrer Budgets. Darüber hinaus suchen die über 200 NOKs in aller Welt Partner, die Symbole wie die fünf Ringe und verschiedene Wortmarken im jeweiligen Markt nutzen dürfen.

Das Thema Olympia vereint Tradition und Trend. Modernes Sportmarketing will Geschichten erzählen, je emotionaler, desto besser. Zudem sollen Engagements im Sport immer stärker auch der sozialen Verantwortung von Unternehmen Ausdruck geben. Beide Ansprüche bedient die olympische Kommunikationsplattform ebenso wie die paralympische. Das erhöht neben den Chancen auch die Risiken in der Vermarktung. Offizielle Sponsoren aller Ebenen könnten sich vermehrt Ambush-Angriffen ausgesetzt sehen und um ihr höchstes Gut fürchten: die Alleinstellung.