



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SEARCH

SPORT EDUCATION FOR ACTIVE
AND RESPONSIBLE CITIZENSHIP
THROUGH HEALTH CARING



MODUL 4
Wirtschaftliche
Induktion im
Zusammenhang mit
dem Sport



SEGMENT 2

Sport und Makroökonomie

Der Berufssport hat eine orthodoxe Bindung, die in jedem Produktionsprozess zum Ausdruck kommt und aus dem Verhältnis von Arbeit und Kapital besteht. Auf diese Weise wird die Belegschaft (Sportler, Manager, Trainer und Personal im Allgemeinen) mit dem anderen Faktor, nämlich dem Kapital (Sportbereich, Ausrüstung...) „kombiniert“, um ein „Produkt“ zu entwickeln, das den Verbrauchern angeboten und verkauft werden soll, was in diesem Fall das Publikum ist.

Arbeitskräfte

Kapital

Verbraucher



Zweifelloos hat ein gültiges Sportteam eine starke Attraktivität für verschiedene Arten von Investitionen im Zusammenhang mit seiner Wettbewerbstätigkeit.

Aber gerade bei der Annahme der Annahmen von Keynes, wenn es tierische Spirituosen gibt, die auf positiven Erwartungen basieren, muss die Investition auf jeden Fall für eine Rendite in Bezug auf Beschäftigung und Einkommen, die verdient werden kann, getätigt werden. Aus diesen Erwägungen ergibt sich, dass die operative Intervention, die in der Zentrale durchgeführt werden kann, voll gerechtfertigt ist.

- **Investitionen und Infrastruktur**

Einer der ersten makroökonomischen Indikationen ist der Beweis dafür, dass sogar die Investitionen in den Sport durch verschiedene Multiplikatorindizes in Keynesien einen Aufschwung für die Wirtschaft bedeuten. Einer der wichtigsten und in den folgenden Abschnitten und Modulen eingehender analysiert wird, ist der Sportanlagen betreffende.

Der Bau einer neuen Anlage ist eine Antwort auf die Bedürfnisse professioneller Vereine oder Sport- und Fangemeinden, trägt aber gleichzeitig dazu bei, das Immobilienvermögen des Unternehmens zu erhöhen. Gleichzeitig stellt sie eine Ausstattung des realen Reichtums dar, die besser in der Lage ist, die mögliche Beteiligung der Aktionäre zu garantieren.

- **Kultur- und Museumssektor**

Ein weiterer makroökonomischer Impuls ist mit den Ausgaben und den Einnahmen der Museumsattraktion verbunden. Große spanische Sportvereine (Barcelona, Real Madrid) sind in der Tat außergewöhnliche Beispiele dafür, wie sie das Geschäft erfunden.

In der Saison 2016/17 besuchten fast zwei Millionen Besucher das dem Barcelona-Club gewidmete Museum, ein Museum mit einem Umsatz von „45 Millionen“.

Nach mehreren Studien, selbst in Situationen, in denen die treibende Kraft eines Teams, eines Verbandes, eine Sportstruktur reduziert wird, könnte die Schaffung eines Museums eine touristische Alternative darstellen, die für eine große Anzahl von Menschen (einschließlich nicht nur Enthusiasten) zugänglich ist, die von bloßer Neugier oder weit verbreitetem Interesse versucht werden könnten, einige der sportlichen Besonderheiten des Ortes zu entdecken, die auch für seine Bräuche und Traditionen typisch sind.

Die Verwaltung der kulturellen und musealen Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Sport unterscheidet sich von den anderen Merkmalen der sportlichen Aktivitäten. Auch was die musealen und kulturellen Unterhaltungsaktivitäten betrifft, die ganz von einer Sportgesellschaft abhängig sind, kann diese aus wirtschaftlich-rechtlicher Sicht nach dem Subjekt unterschieden werden, dem die gesammelten Gegenstände (öffentlich oder privat) und nach der Funktion des Subjekts, das sie verwaltet (öffentlich oder privat).

Dieses Merkmal macht diesen Sektor auf makroökonomischer Ebene besonders interessant, da sich die Einnahmen weitestgehend auf das soziale und wirtschaftliche Gefüge des Kontexts auswirken. Die wirtschaftlichen und beschäftigungspolitischen Vorteile solcher Aktivitäten werden in der Regel zwischen Sportvereinen und Gemeinden geteilt.

Die Politik des Museums für Nebenprodukte, wie Gastronomie, Verkauf von Katalogen, Souvenirs..., könnte von der Behörde an die geltenden Kriterien, die Teil des Vertrags sind, angepasst werden, die privaten Unternehmen zu gewähren sind. Da wegweisende Initiativen, für die es schwierig ist, die Rentabilität zu bewerten (auch wenn mehrere Unternehmen, insbesondere Sportunternehmen, daran interessiert sein könnten, sie zu fördern), könnte das Problem durch die Beschaffung von Dienstleistungen in einem einzigen Paket gelöst werden.

Sleutelwoorden

Belegschaft

Hauptstadt

Verbraucher

Tiergeister

Sportanlagen

Patenschaften



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SEARCH

SPORT EDUCATION FOR ACTIVE
AND RESPONSIBLE CITIZENSHIP
THROUGH HEALTH CARING

