

Sport, geld en maatschappij

Het is onmisbaar

Sporten is gezond. Daarnaast kan sport ook een belangrijke rol spelen bij je ontwikkeling als persoon. Als je in een team speelt, leer je vanzelf hoe belangrijk het is om met andere mensen samen te werken.

Bedrijven hebben grote belangstelling voor sport. Sportsponsoring verhoogt de naamsbekendheid en bedrijfsfitness verkleint het ziekteverzuim. Bedrijven sponsoren grote evenementen waar veel aandacht voor is op tv. De Olympische Spelen zijn een voorbeeld daarvan. In ruil voor veel geld mogen bedrijven het logo van de Olympische Spelen op hun product afbeelden, of reclameborden in stadions ophangen.



Sport vroeger

Sport was vroeger veel minder commercieel. Zo waren de Olympische spelen alleen maar toegankelijk voor amateurs. Pas vanaf 1992 mochten ook professionele sporters meedoen. En vanaf het moment dat goedbetaalde sportsterren gingen meedoen, werden de Olympische Spelen ook interessant voor sponsors.

Right to Play

Right To Play is een organisatie die zich inzet om levens te verbeteren van kinderen uit de minder rijke landen. Dat doen ze door middel van sport. Right To Play heeft 2 programma's.

1. Sport Works programma: Hiermee willen ze er voor zorgen dat kinderen zich gezond ontwikkelen.

2. Sport Health programma: Hiermee willen ze er voor zorgen dat de kinderen gezond gaan leven.

Redenen om te sporten

Sporten is goed voor het lichaam, maar het kind leert bijvoorbeeld ook omgaan met een coach. Sport en spel worden ook gebruikt om zelfvertrouwen te krijgen, samen te werken en te communiceren. Right To Play werkt in de meest achtergestelde gebieden ter wereld en voor onder andere vluchtelingen, voormalig kindsoldaten en kinderen die door HIV/AIDS hun ouders zijn verloren. Daarbij kun je denken aan landen als Afghanistan, Ghana en Uganda.

Bedrijven & sport

Bedrijven hebben grote belangstelling voor sport. Sportsponsoring verhoogt de naamsbekendheid en bedrijfsfitness verkleint het ziekteverzuim. Bedrijven sponsoren grote evenementen waar veel aandacht voor is op tv. De Olympische Spelen zijn daarrvan een voorbeeld. In ruil voor veel geld mogen bedrijven het logo van de Olympische Spelen op hun product afbeelden, of reclameborden in stadions ophangen.



Sport was vroeger veel minder commercieel. Zo waren de Olympische spelen vroeger alleen maar toegankelijk voor amateurs. Pas vanaf 1992 mochten ook professionele sporters meedoen. En vanaf het moment dat goedbetaalde sportstereen gingen meedoen, werden de Olympische Spelen ook interessant voor sponsors.