

OBSAH

TEMA

technika | ekonomika | marketing | aktuality

vydává: Okresní hospodářská komora Most,
 Višňová 666, 434 01 Most, tel.: 476 206 517,
 email: imp@ohk-most.cz, www.ohk-most.cz

vedoucí redakce: Mgr. Iva Čerňanská
 redakční rada: předseda Ing. Roman Viktora
 členové: Ing. Martin Hauptvogel,
 Pavel Matějka, Mgr. Iva Čerňanská,
 Lucie Bartoš, Lenka Povářová

sazba a tisk: Reklamní agentura Daniel s. r. o., čtvrtletník
 náklad: 2500 výtisků, povolení MK ČR E 16676
 Distribuci zajišťuje Mediaservis s. r. o. Případné reklama-
 ce uplatňujte na telefonním čísle: 724 553 119.
 neoznačené fotografie: archiv OHK Most

Editorial, JoJo 3

Obsah 4

Kultura a sport – statky veřejné 5 až 7

Fotbal to je hra - sport a peníze 8

Čísla bez komentáře 9

Certifikace v oblasti kultury a sportu 10 a 11

Golfové podnikání 12

Jak to vidí paní radní 13 a 14

Anketa - Politická odpovědnost 15 až 16

Sponzorství: financování a ideály 17

Kulturní a sportovní zapeklitost Mostu 18 a 19

Sport a kultura očima sponzora 20

Znáte přísná pravidla byznys oblékání? 21

Nevážně vážně o vážné hudbě 22

Co se do TEMA nevešlo: Politická odpovědnost:

celá odpověď RSDr. Vlastimila Balína bude uveřejněna v e-TEMA

Celé znění časopisu a něco navíc najdete na www.komora.cz/ohk/most/default.aspx v sekci e-TEMA.

JO-JO

Jedna otázka – jedna odpověď

(pokračování ze strany 3.)

To je možnost pro právnické nebo i fyzické osoby nějaké jedno či dvě procenta z daní z příjmu poukázat na kulturní (charitativní, zdravotní a pod.) účely dle zákona. To není nic nového. Takový systém existuje v mnoha zemích. Nejblíže například na Slovensku. Jistě to není samospasitelné, ale výběrem daní a jejich přerozdělením přes rozpočet se zcela zákonitě z té sumy něco ukrojí a ztratí. Dokonce místní podnikatel dohlédne lépe na „kulturní“ a neziskové aktivity ve svém regionu. Má dokonce lepší šanci ohlídat, jak se s prostředky naloží. Na takovou právní úpravu

ovšem není v tuto chvíli dostatečně velká podpora. Možná díky finanční krizi, ale také díky neochotě politiků. Vždyť by sami ztratili jednu z možností, jak rozdělovat, tedy vládnout. Jak jinak je adorován například hejtman, který „milstivě“ přidělí dotaci (z veřejných prostředků), než politik, který žádným rozpočtem ve prospěch věcí veřejných nedisponuje. Navíc, když si vymíní, jako pan Rath, že v propagaci akce bude uvedeno, že ji podpořil on, tedy jmenovitě!, ačkoliv je to z rozpočtu kraje.

Mimochodem všimněte si, že v tisku se nedozvíte, kdo sponzoroval, nebo spíše podpořil tu kterou kulturní akci. Sponzoři bývají zamlčováni. V médiích se uvádějí nemohou (ani v médiích veřejné služby), neboť by to byla skrytá reklama. Při pohledu na kterýkoliv domácí sportovní přenos v téže veřejnoprávní televizi neuvidíte pořádně ani kotouč, jak plné je kluziště reklam

a na dresech nepřetete jméno hráče. Máte dojem, že hraje Škoda proti Zepteru! Jak pak můžete sehnat sponzora pro kulturní akci, když ho nesmíte ani jmenovat. To chceme od svých partnerů už čiré mecenášství.

Mimochodem v metropolích na západ od nás už si dávno spočítali, že každé euro vložené do uměleckého či kulturního projektu nepřináší „pouze“ duchovní hodnoty, ale vrací se v podobě dvou i více eur zpět do rozpočtu. Na daních pro stát i v přínosu pro komunální rozpočet. Podpora zábavního průmyslu, jehož je živé umění součástí, se jeví (alespoň v civilizovaných zemích) jako velmi dobře vynaložená investice.

Je mi líto, že nemám více času, který by si toto téma zasloužilo.

Tomáš Töpfer