



**Magiczny
Kraków**

Konkurs na sponsora tytularnego Stadionu Miejskiego im. Henryka Reymana

2025-05-30

Zarząd Infrastruktury Sportowej ogłosił konkurs na sponsora tytularnego Stadionu Miejskiego im. Henryka Reymana. Zwycięzca otrzyma m.in. prawo do użycia własnego znaku towarowego w nazwie stadionu. Zgłoszenia przyjmowane są do dziś, 30 maja.

Nowy sponsor obejmie nazwą stadion na okres trzech lat, a w ramach współpracy otrzyma szereg atrakcyjnych świadczeń marketingowych. Wśród nich znajdują się: ekspozycja logotypu na elewacji i wewnątrz stadionu, obecność w komunikacji meczowej i medialnej, pakiety VIP, a przede wszystkim możliwość umieszczenia własnej marki w oficjalnej nazwie stadionu.

– Ogłoszenie konkursu jest jasnym sygnałem, że Kraków jest otwarty na łączenie interesów miasta z biznesem i te dwa światy mogą ze sobą efektywnie współpracować. W porównaniu z wcześniejszymi konkursami, po raz pierwszy miasto kooperuje w tym zakresie z klubem. Dzięki temu stworzyliśmy atrakcyjniejszą ofertę dla potencjalnego sponsora, ponieważ pojawiło się więcej świadczeń, a wśród nich również te powiązane z meczami Wisły Kraków – mówi Łukasz Sęk, zastępca prezydenta Krakowa.

Na potrzeby przeprowadzenia konkursu powołana została komisja, w skład której weszli: Łukasz Sęk – zastępca prezydenta Krakowa, przedstawiciele ZIS oraz przedstawiciele klubu TS Wisła Kraków SA. Każdy uczestnik konkursu może złożyć jedną ofertę. Oferty należy składać do dziś, 30 maja w siedzibie Zarządu Infrastruktury Sportowej przy ul. Walerego Sławka 10.

W drugim etapie komisja dokona oceny ofert pod względem formalnym i merytorycznym, a także przeprowadzi negocjacje z uczestnikami konkursu, które mają zakończyć się wybraniem najkorzystniejszej oferty i podpisaniem umowy ze sponsorem tytularnym. Szczegóły są określone w [regulaminie konkursu](#) na wybór sponsora tytularnego Stadionu Miejskiego im. Henryka Reymana w Krakowie i pozostałych dokumentach konkursowych opublikowanych w [Biuletynie Informacji Publicznej Miasta Krakowa](#).

– Konkurs na sponsora tytularnego to jeden z elementów większego przedsięwzięcia, jakim jest komercjalizacja Stadionu Miejskiego. Od kilku miesięcy analizujemy m.in. możliwości zminimalizowania kosztów zużycia energii elektrycznej, ale także rozszerzenia oferty usług o wynajem przestrzeni na różnego rodzaju wydarzenia, organizację wycieczek po stadionie czy komercjalizację parkingów obok stadionu. Piszemy na nowo historię tego obiektu, a częścią tej historii może być sponsor, który dołączy do naszego projektu – podkreśla Tomasz Marzec, dyrektor naczelny Zarządu Infrastruktury Sportowej w Krakowie.

Stadion przy ul. Reymonta 20 to nie tylko dom Wisły Kraków, ale także arena wydarzeń sportowych i kulturalnych, przyciągająca tłumy kibiców i mieszkańców. W sezonie 2024/2025 średnia frekwencja na meczach Wisły wynosiła blisko 19 tysięcy osób, a średnia oglądalność w telewizji przekroczyła 230



**Magiczny
Kraków**

tysięcy widzów. Tylko między lipcem a grudniem 2024 roku medialna wartość klubu została oszacowana na ponad 53 miliony złotych.

- Wisła Kraków przez lata wypracowała jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek wśród brandów sportowych w Polsce. To bogata historia klubu, wiele sukcesów i 13-krotne zdobycie tytułu Mistrza Polski. To przekłada się na ogromną lojalność kibiców, co jest niezwykle wartościowe z perspektywy potencjalnego sponsora tytularnego stadionu. Tworzenie mocnych, bezpośrednich więzi z odbiorcami to cel nie tylko klubów sportowych, ale również przedsiębiorstw komercyjnych - mówi Jarosław Królewski, prezes zarządu TS Wisła Kraków SA.