



**Magiczny
Kraków**

Rekordowy wynik medialny TAURON 22. Cracovia Maratonu

2025-06-06

TAURON 22. Cracovia Maraton to przykład, jak potężnym narzędziem komunikacyjnym może być sport. Wydarzenie wygenerowało blisko 2 tys. publikacji, które dotarły do ponad 135 milionów odbiorców, osiągając wartość medialną (AVE) na rekordowym poziomie aż 19,7 mln zł. Co równie istotne - organizacja krakowskiego maratonu nie obciąża miejskiego budżetu. Koszty wydarzenia są pokrywane z przychodów, co pozwoliło na samofinansowanie imprezy.

Wydarzenia, takie jak TAURON 22. Cracovia Maraton, Puchar Świata we wspinaczce sportowej na czas czy Memoriał Wagnera, to nie tylko promocja i wsparcie lokalnej gospodarki, ale także impuls do aktywizacji społeczności. Kilkadziesiąt tysięcy kibiców, biegaczy i wolontariuszy, a także milionowe zasięgi medialne pokazują, że sport może skutecznie budować markę miasta i łączyć ludzi wokół wspólnego celu.

TAURON 22. Cracovia Maraton to największe wiosenne wydarzenie biegowe w Polsce, rozgrywane na królewskim dystansie. Przyciągnęło w tym roku blisko 15 000 uczestników z kraju i zagranicy, którzy wzięli udział w rywalizacji podczas maratońskiego weekendu. To przedsięwzięcie ma ogromny potencjał promocyjny - według badań, wartość ekspozycji marki Kraków wyniosła blisko 4 mln zł. Logotypy miasta były wyeksponowane m.in. w kampaniach reklamowych, mediach czy materiałach przygotowanych dla uczestników. Dzięki temu TAURON 22. Cracovia Maraton wzmacnia wizerunek Krakowa jako miasta otwartego, nowoczesnego i stanowiącego ważny punkt na sportowej mapie Europy.

Po ponad 6 latach przerwy krakowski maraton znów miał sponsora tytularnego - firmę TAURON Polska Energia.

- Jesteśmy dumni, że możemy wspierać jedno z najważniejszych wydarzeń biegowych w Polsce - TAURON 22. Cracovia Maraton. Sport to energia, pasja i determinacja, a te wartości są nam szczególnie bliskie. Cieszymy się, że jesteśmy częścią tej wyjątkowej inicjatywy, która łączy tysiące biegaczy i kibiców, promując aktywny styl życia oraz zdrową rywalizację - podkreślała Justyna Łukawska, dyrektor wykonawczy ds. komunikacji w spółce.

Wydarzenia biegowe przyciągają także innych znaczących partnerów. PKO 11. Cracovia Półmaraton Królewski oraz PKO 18. Bieg Trzech Kopców, również organizowane przez Miasto Kraków, odbywają się przy wsparciu PKO Banku Polskiego - największego banku w Polsce. W ubiegłym roku półmaraton ukończyło blisko 11 000 biegaczy, a w 2025 roku spodziewana jest jeszcze większa frekwencja - limit został określony na 15 000 uczestników.

Imprezy biegowe wspierają również takie marki, jak Oshee, Asics, Piwniczanka czy Małopolska, co dowodzi, że stanowią atrakcyjną i prestiżową platformę promocyjną o dużym zasięgu. Do udziału w 11. PKO Cracovia Półmaratonie Królewskim, który odbędzie się 12 października, można się jeszcze zapisać.



**Magiczny
Kraków**

Badanie aktywności konsumenckiej uczestników TAURON 22. Cracovia Maratonu

Z badania uczestników TAURON 22. Cracovia Maratonu, przeprowadzonego we współpracy z Akademią Kultury Fizycznej w Krakowie wynika, że ponad 70% biegaczy regularnie startuje w wielu imprezach rocznie – często poza swoim miastem. Co piąty wydaje w ciągu roku ponad 2000 zł na bieganie. Większość uczestników nie przyjechała do Krakowa samotnie – towarzyszyli im bliscy: rodzina, partnerzy, znajomi. Najczęściej wybieranym wariantem pobytu były 2 dni, co sprawia, że wyjazd maratoński jest dla wielu uczestników swoistym city breakiem. Przekłada się to na realne korzyści dla branży hotelarskiej, gastronomicznej i turystycznej. Ponad 90% uczestników oceniło swój pobyt w Krakowie jako bardzo udany – na co niewątpliwie miała wpływ również organizacja samego biegu.

Warto dodać, że wydarzenia biegowe to nie tylko uczestnicy i sponsorzy, ale także ogromna rzesza wolontariuszy. Podczas TAURON 22. Cracovia Maratonu zaangażowanych było ich ponad 1000. To nieocenione wsparcie organizacyjne, a z drugiej strony – ważny aspekt społeczny i edukacyjny tych imprez.

Szeroka oferta wydarzeń sportowych

Kraków to miasto, które gości i aktywnie wspiera szereg prestiżowych imprez sportowych – od turniejów lokalnych po zawody międzynarodowe. W kalendarzu znajdują się m.in.: Finałowy Turniej TAURON Pucharu Polski w siatkówce mężczyzn, Cavaliada, zawody triathlonowe Ironman 70.3 czy Puchar Świata we wspinaczce sportowej na czas z udziałem mistrzyni olimpijskiej Aleksandry Mirosław.

W 2026 roku do miasta zawita jedno z najważniejszych wydarzeń e-sportowych na świecie: Intel Extreme Masters. Turniej odbędzie się w lutym, czyli w okresie niskiego ruchu turystycznego, co może zwiększyć zainteresowanie podróżujących w tym czasie. Wydarzenie to ma również wymiar strategiczny: wspiera pozycjonowanie Krakowa jako europejskiego centrum innowacji, przyciąga inwestorów z branży technologicznej i wzmacnia ofertę edukacyjną miasta dla studentów kierunków cyfrowych. Choć imprezy te są zupełnie różne, łączy je jedno: wszystkie ugruntowują markę Krakowa i przyciągają wartościowe grupy docelowe.

Realizacja strategii miasta poprzez sport

Wydarzenia sportowe o szerokim zasięgu to nie tylko atrakcja, to strategiczna inwestycja w przyszłość miasta. Dla Krakowa stanowią one katalizator rozwoju, ponieważ wspierają promocję, gospodarkę, turystykę, a także integrują społeczność lokalną i popularyzują aktywny styl życia. Dzięki nim miasto zyskuje nie tylko uwagę mediów i gości, ale także długofalowe korzyści ekonomiczne, m.in. wzrost przychodów z usług, zwiększoną liczbę miejsc pracy w sektorze turystycznym i eventowym, a także impuls do rozwoju infrastruktury miejskiej.

Organizacja prestiżowych zawodów przyciąga inwestorów, partnerów biznesowych i sponsorów, tworząc nowe możliwości współpracy międzysektorowej. To również bezcenne doświadczenie dla



**Magiczny
Kraków**

mieszkańców – zarówno tych zaangażowanych zawodowo w organizację wydarzeń, jak i wolontariuszy. Udział w międzynarodowych projektach sportowych pozwala Krakowianom rozwijać kompetencje, zdobywać nowe umiejętności i budować kapitał społeczny.

Wydarzenia sportowe integrują wspólnotę miejską, budując poczucie dumy obywatelskiej (civic pride) i wspólnej tożsamości. Kibicowanie zawodnikom i wspólne przeżywanie emocji wzmacnia więzi społeczne oraz poczucie przynależności do miasta. Dla Krakowa to również szansa, by pokazać swoje unikalne dziedzictwo kulturowe w nowoczesnym kontekście – tu historia spotyka się ze sportem, a tradycja z nowoczesnością.

Dokładnie wyniki badań – do pobrania [na stronie Zarządu Infrastruktury Sportowej](#).