Kraków 2026: miasto, które zachwyca Polaków i chce przyciągać możliwościami

2026-05-19

Najnowszy raport wizerunkowy przygotowany przez Instytut Badań Internetu i Mediów Społecznościowych pokazuje, że Kraków jest najchętniej odwiedzanym polskim miastem i utrzymuje pozycję lidera sympatii wśród Polaków. Jednocześnie badanie wskazuje, że obok kultury, historii, turystyki i wyjątkowej atmosfery, miasto powinno dziś szerzej opowiadać także o możliwościach, rozwoju, nowych technologiach, innowacjach, projektach *smart city* i rosnącym potencjale biznesowym.

Badanie zostało przeprowadzone w kwietniu i maju 2026 roku metodą CAWI na reprezentatywnej grupie 1024 respondentów z całej Polski. Co istotne, z próby wyłączono mieszkańców Krakowa, aby uzyskać możliwie obiektywny obraz miasta widzianego z zewnątrz.

– Dzisiejszy Kraków to nie tylko miasto historii i turystyki, co bardzo wyraźnie wybrzmiało w zrealizowanym badaniu, ale także rozwijający się ośrodek akademicki, technologiczny i biznesowy. Tylko w ramach Polskiej Strefy Inwestycji miasto przyciągnęło w ostatnich latach projekty w wartości ponad 1,5 mld zł. Kraków łączy prestiż dziedzictwa i marki kulturalnej z ambicjami nowoczesnej europejskiej metropolii i miejsca dobrego do życia. Raport pokazuje, że kluczowa jest teraz realizacja i konsekwentna komunikacja projektów i działań związanych z rozwojem, nowymi technologiami, smart city, innowacjami i biznesem. Wyniki badania są dla nas szczególnie istotne także w kontekście strategii rozwoju miasta – podkreśla Daniel Wiśniowski, dyrektor Departamentu Marki Kraków.

Kraków zyskuje przy bliższym poznaniu

Kraków cieszy się bardzo dużą sympatią odwiedzających, wizerunek turystyczny Krakowa pozostaje bezkonkurencyjny. Aż 47,4 proc. badanych wskazało miasto jako najlepszy kierunek na odwiedziny. To wynik zdecydowanie wyższy niż w przypadku innych polskich metropolii. Raport pokazuje też wyraźny „efekt zachwytu” i bezpośredniego doświadczania. Ogólny pozytywny stosunek do Krakowa deklaruje 73 proc. badanych, ale wśród osób, które odwiedziły miasto w ciągu ostatnich trzech lat, odsetek ten rośnie aż do 81 proc.

Raport pokazuje, że osobisty kontakt z miastem skutecznie przełamuje stereotypowy obraz Krakowa jako wyłącznie „muzeum historii”. Osoby odwiedzające miasto częściej dostrzegają jego nowoczesność, dynamikę oraz rozwój. Wyraźnie widać to w ocenach satysfakcji z pobytu. Średnia ocena wizyty osiągnęła poziom 8,80/10. Według autorów badania oznacza to, że Kraków skutecznie podnosi standardy i potrafi pozytywnie zaskakiwać nawet osoby, które znają miasto od lat.

Wyjątkowość, akademicka stolica, miasto w którym żyje się coraz lepiej

Siłą miasta pozostają zabytki, kultura, estetyka i wyjątkowy klimat. W spontanicznych skojarzeniach dominują Wawel, Smok Wawelski, Stare Miasto oraz historyczne dziedzictwo dawnej stolicy Polski. Aż 70 proc. odwiedzających wskazuje „wyjątkowy charakter miasta” jako jego największy atut. Kraków jest także liderem w kategorii miast polecanych znajomym – uzyskał 52 proc. wskazań – oraz

najbardziej gościnnych miast w Polsce, osiągając wynik 53 proc. Raport pokazuje, że w zewnętrznych ocenach gościnność i atmosfera miasta są dziś jednym z najważniejszych fundamentów lojalności turystów i siły marki miasta.

Badanie potwierdza również bardzo mocną pozycję Krakowa jako ośrodka akademickiego. To najczęściej wskazywane miasto do studiowania w Polsce – wybrało je 33 proc. respondentów. O przewadze Krakowa decydują przede wszystkim renoma uczelni, tradycja akademicka oraz szeroka oferta edukacyjna.

Warto podkreślić, że Kraków wyraźnie poprawia swoją ocenę jako miasto, w którym dobrze się żyje (+12 p.p.), notując jeden z wyższych wzrostów w zestawieniu w porównaniu z badaniami przeprowadzonymi w 2021 roku. Jednocześnie rośnie także postrzeganie stolicy Małopolski jako miasta europejskiego.

Silna marka kulturalno-historyczna a współczesny rozwój

Autorzy raportu zwracają uwagę, że Kraków pozostaje miastem „ikonicznym", budzącym bardzo pozytywne skojarzenia, ale jednocześnie w opowieści o mieście mniej widoczne są wspomniane wątki dotyczące komfortu życia (tu jako ważny problem respondenci wskazali na jakość powietrza), rozwoju czy nowych technologii. W tych obszarach badania wizerunkowego wyższe oceny uzyskała Warszawa kojarzona z pracą i możliwościami zawodowymi i Wrocław postrzegany jako miasto bardziej nowoczesne. Wśród wskazanych przez respondentów wyzwań dla Krakowa znalazły się też dostępność mieszkań, tereny zielone, transport oraz infrastruktura.

Choć nowoczesność, innowacje i biznes wciąż są mniej obecne w świadomości społecznej, raport pokazuje pierwsze oznaki zmiany. Postrzeganie Krakowa jako miasta nowoczesnego wzrosło o 9 punktów procentowych względem 2021 roku, a jako miasta atrakcyjnego inwestycyjnie – o 8 punktów procentowych. Wyzwaniem nie jest więc brak działań rozwojowych, lecz ich odpowiednie zaprezentowanie w skali ogólnopolskiej. Obecnie, mimo licznych projektów związanych z technologiami, nauką i infrastrukturą, 23 proc. respondentów postrzega Kraków jako miasto typu smart city.

Smart city już się dzieje

Kraków rozwija inicjatywy związane z sektorem *high-tech* i nowymi technologiami, takie jak na przykład projekt *Space City*, działania wspierające innowacje, rozwój środowiska start-upowego (w tym przeniesienie do miasta centrum Fundacji Start-up Poland) oraz