

Łukasz Malinowski

Bydgoszcz – miastem sportu Sport jako produkt promocji

Sport ma fantastyczną moc przyciągania uwagi ogromnej liczby widzów i dlatego właśnie były minister sportu Mirosław Drzewiecki powiedział w 2009 roku, że „nie ma lepszej metody promowania miast niż sport. Nie ma innego produktu na świecie, aby tak wspaniale i tanio się promować. Z dumą patrzę na miasta, które postanowiły wykorzystać sport do swojej promocji”¹. W tym stwierdzeniu nie ma choćby cienia przesady, gdyż to właśnie sport przykuwa uwagę największej liczby osób, w dodatku zróżnicowanych pokoleniowo, jest szeroko komentowany w mediach i ma o wiele lepsze konotacje niż inne dziedziny życia społecznego.

Wiele miast posiada swoją unikatową cechę, symbol ukształtowany przez historię czy położenie. Toruń ma pierniki, Poznań chwali się koziołkami, Częstochowa kojarzona jest z kultem religijnym oraz klasztorem...² Które polskie miasto słynie natomiast ze sportu? Jest to nisza, którą stara się wypełnić Bydgoszcz. Miasto dostrzegło korzyści płynące z możliwości odróżnienia się od wielu zwykłych, szarych aglomeracji, które nie kojarzą się z niczym szczególnym przeciętnemu obywatelowi.

Dowiedziano empirycznie, że sport i kultura fizyczna są skutecznym narzędziem promocji jednostek samorządu terytorialnego, a obowiązek promocji to zadanie własne gminy³. Promocja gminy może odbywać się poprzez

¹ J. Proniewicz, *Promocja na emocjach*, „Samorząd Miejski” 2009, nr 5 (154), s. 3.

² P. Matecki, *Sport jako element budowania przewagi konkurencyjnej miast i regionów*, [w:] *Marketing dla sportu*, red. H. Mruk, rozdz. VIII, Poznań 2006.

³ Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym, DzU z 2001 r., Nr 142, poz. 1591 ze zm., art. 7, par. 1.



sta Bydgoszczy Macieja Grześkowiaka, nie ma w Polsce innego miasta, w którym sportowo dzieje się tak dużo i na takim poziomie. W każdej lidze mamy swój udział i jest w tym plan, ponieważ sport w naszym mieście, już w założeniu, jest organizowany na kilku płaszczyznach⁴.

Bydgoszcz jako „miasto sportu” powinna skupić się na 3-4 dyscyplinach czy też kierunkach promocji poprzez sport i skoncentrować się na ich eksploatacji, ponieważ nie każda dyscyplina jest odpowiednia do wypromowania miejscowości. W Bydgoszczy takimi dziedzinami kultury fizycznej są: lekkoatletyka, żużel, siatkówka i wioślarstwo. Dodatkowym kierunkiem promocji są okazjonalne imprezy wysokiego szczebla, takie jak: Eurobasket, Mistrzostwa Świata Juniorów w Lekkiej Atletyce czy Mistrzostwa Europy w Siatkówce Kobiet.

organizację imprez i wydarzeń sportowych, wykorzystywanie wizerunku osób-zawodników, które odniosły sukces w sporcie kwalifikowanym lub amatorskim, a urodziły się w danej miejscowości czy też są z nią związane. Miasta mogą promować się także poprzez połączenie ich wizerunku z określoną dyscypliną sportu. Inną z możliwości zachęcania turystów czy inwestorów do odwiedzania miasta jest slogan. W większości aglomeracji eksperymentuje się z nim, stawiając na coraz bardziej ekspresjonistyczne hasła. W tym względzie Bydgoszcz stawia jednak konsekwentnie na slogan „Bydgoszcz – miastem sportu”. Według zastępcy prezydenta miasta

Bydgoszcz zawsze gotowa na przyjęcie piłki

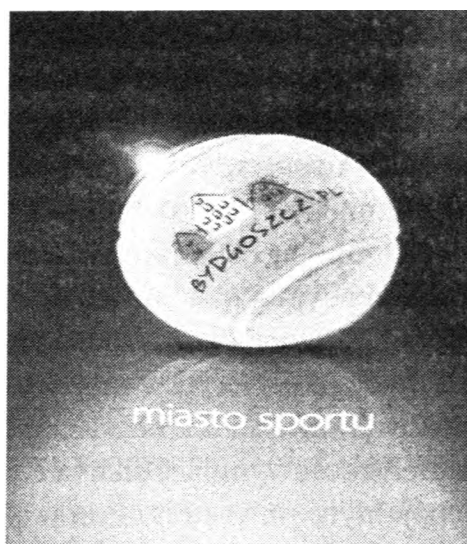


⁴ M. Zima, Maciej Grześkowiak: – Zmiana nazwy stadionu Zawiszy była błędem, „Gazeta Pomorska”, <http://www.pomorska.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20091030/SPORT/896994274>, dostęp: 15.01.2010 r.

Sport wykorzystuje się w promocji miasta na wiele różnych sposobów, czego przykładem może być reklama w ogólnopolskim miesięczniku „Press”⁵, gdzie Bydgoszcz promowała się hasłem „Miasto gotowe na jutro”. Na zdjęciu widzimy sprinterkę zrywającą się do biegu z bloków startowych. To metafora miasta ostro ruszającego do przodu i jednocześnie informacja, że Bydgoszcz jest idealnym miejscem na początek biznesu czy nowego etapu życia. Autorzy reklamy pomysłowo zaakcentowali też dwa filary, na których ma się opierać promocja miasta – jeden to sport, drugi to muzyka. Klucze wiolinowe i nuty zostały wkomponowane w linie bieżni. Na drugim planie widać zamglone bydgoskie zabytki”⁶.

Urzednicy miejscy starają się na różne sposoby utrwalić wizerunek sportowej Bydgoszczy w pamięci kibiców i turystów. O tym, że Bydgoszcz jest przygotowana na organizację meczów reprezentacji Polski w piłce nożnej, informuje m.in. reklama zamieszczona w specjalnym dodatku do „Przeglądu Sportowego” – „Skarb Kibica” z 13 marca 2009 roku.

W związku z meczem tenisowym kobiet pomiędzy Polską a Belgią wydano natomiast broszurę „FedCup”, w której jedna ze stron reklamuje Bydgoszcz jako „miasto sportu”. Logo miasta uwidoczniono na piłce tenisowej, która ma podkreślać m.in. to, że Bydgoszcz została sponsorem żeńskiej reprezentacji kraju w tej dyscyplinie. W broszurze, która była kolportowana w kraju, cztery strony zostały poświęcone Bydgoszczy. Zaprezentowano w niej największe walory miasta, infrastrukturę sportową oraz wypowiedź Prezydenta Miasta.



O tym, że miasto staje się coraz bardziej rozpoznawalne na sportowej mapie kraju, może świadczyć uroczysta gala, która odbyła się 9 grudnia 2009 roku. W toruńskim Dworze Artusa, podczas której Marszałek Województwa wręczył prestiżowe statuetki. Wyróżnienie specjalne otrzymało Miasto Bydgoszcz „za szczególnie istotną dla rozwoju województwa kujawsko-pomorskiego działalność stadionu im. Zdzisława Krzyszkowiaka w Bydgoszczy, która prowadzi do podniesienia rangi Pomorza i Kujaw na mapie Polski

⁵ Do październikowo-listopadowego wydania miesięcznika „Press” z 2007 r., 10 (141), dołączono dodatek „Promocja miast”, w którym ukazała się całostronicowa reklama Bydgoszczy.

⁶ J. Gałęzewski, K. Aładowicz, *Miasto zrywa się do biegu – na reklamie*, <http://miasta.gazeta.pl/bydgoszcz/1,78943,4622486.html/> dostęp: 12.12.2009 r.

i Europy”⁷. Świadczy to o tym, że działalność naszego miasta w dziedzinie sportu jest dostrzegana przez wiele osób, prowadzi do promocji nie tylko samego miasta, ale również regionu⁸.

Kolejnym pomysłem, jakim bydgoszczanie chcą promować miasto, jest Galeria Sportu Bydgoskiego. Jest to nowa instytucja kulturalno-sportowa, która została oficjalnie otwarta w połowie 2009 roku, pielęgnująca tradycje i historię miejscowego sportu. Koszty utrzymania tego przedsięwzięcia przejął bydgoski samorząd. W ten sposób Urząd Miasta zadbał, aby przy okazji wydarzeń sportowych czy konferencji na Stadionie Miejskim im. Zdzisława Krzyszkowiaka, przybyli goście mogli utrwalić wizerunek Bydgoszczy jako miasta sportu. Pomysł na tak specyficzne muzeum doskonale wpisuje się w schemat promocji miasta poprzez sport. W założeniu jest to nowoczesna instytucja z największym w Polsce zbiorem pamiątek sportowych, ale również pręźnie edukująca młodzież, organizująca spotkania z byłymi i obecnymi gwiazdami sportu, jak również miejsce odrodzenia Klubu Bydgoskich Olimpijczyków. Galeria jest bardzo nowoczesna, m.in. dzięki wykorzystywaniu technik audiowizualnych, a ekspozycja jest niekiedy nietypowa. Prezentuje się np. kawałek niebieskiej bieżni, która pokrywa stadion główny. W planach jest również otwarcie sali, gdzie każdy będzie sam mógł spróbować swoich sił na ergometrze lub rowerze⁹.

Ogólnym celem organizacji imprez sportowych jest budowa przewagi konkurencyjnej nad innymi miastami. Aby impreza sportowa stanowiła takie źródło, powinna być: rzadka (najlepiej niedostępna dla konkurencji), trudna do imitacji, cenna (pozwalający na efektywną realizację celów biznesowych, budowę wartości dla mieszkańców), efektywnie wykorzystana, zgodnie z celami biznesowymi¹⁰. Ostatnia cecha pozwala budować relacje z firmami – potencjalnymi inwestorami oraz przyciągać kapitał. Naturalną konsekwencją organizacji imprezy sportowej jest aktywizacja gospodarcza w wielu sektorach, m.in. hotelarstwie i gastronomii, transporcie czy też reklamie.

Do wszystkich imprez, także tych największych, miasto dopłaca, jednak zainwestowane środki wracają w formie podatków. Zarabiają bydgoscy organizatorzy imprez na biletach, hotele, restauracje, sklepy, instytucje kulturalne,

⁷ http://www.kujawsko-pomorskie.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=13257&Itemid=1/ dostęp: 11.12.2009 r.

⁸ <http://www.pomorska.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20091026/SPORT/488678080/> dostęp: 11.02.2010 r.

⁹ <http://www.pomorska.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20090409/SPORT/74841480/> dostęp: 09.02.2010 r.

¹⁰ P. Matecki, op. cit.

które wynajmują swoje obiekty. Na przykład przy okazji mistrzostw Europy koszykarzy wśród kibiców było więcej obcokrajowców niż Polaków. Mieszkali oni w bydgoskich hotelach przez kilka dni¹¹.

Duże imprezy zmieniają obraz miasta poprzez budowę nowych hoteli, szukanie stałych połączeń lotniczych z metropoliami Europy, remont dróg, upiększanie skwerów i alejek zielenią. Urząd Miasta przygotował uchwałę zachęcającą do budowania nowych hoteli powyżej trzech gwiazdek (ile gwiazdek, tyle lat zwolnienia z podatku od nieruchomości). Dla inwestorów jest to roczna oszczędność w wysokości 200-250 tys. zł. Obecnie w 29 bydgoskich hotelach miasto ma do zaoferowania 2421 miejsc. Jak się okazuje, kiedy jesteśmy gospodarzem wielkiej imprezy sportowej, wszystkie miejsca są zajęte. Paradoksalnie nie ma wielkich imprez, gdy nie ma hoteli, odwracając problem, nie ma hoteli, ponieważ nie ma imprez. Dlatego właśnie urzędnicy zapraszają kolejnych inwestorów, oferując ulgi podatkowe. Duże imprezy sportowe są ponadto dla właścicieli lotniska dodatkowym argumentem w staraniach o zwiększenie liczby połączeń. Motywują także drogowców do przyspieszenia inwestycji drogowych. Władze miasta starają się również pamiętać o elementach wystroju aglomeracji. Sport napędza koniunkturę i daje wysoką stopę zwrotu kosztów organizacji poszczególnych imprez¹². Poza tym miasto buduje swój wizerunek jako ośrodka zdolnego do zorganizowania dużych imprez oraz niebojącego się podejmować trudnych wyzwań.

Dyrektor Wydziału Sportu i Turystyki Urzędu Miasta Adam Soroko stwierdził na początku 2010 roku, że „zawsze znajdą się malkontenci, którzy zapytają, czy to się opłaca. Zdecydowaliśmy się jednak na pozyskanie przełajowych Mistrzostw Świata. Jest to duża impreza, która kosztuje, ale powinny przyjechać gwiazdy, więc jest szansa na dobrą promocję. Wciąż stawiamy na lekką atletykę i goszczenie dużych wydarzeń. Warto zwrócić uwagę, że od ponad roku Bydgoszcz niemal bez przerwy jest gospodarzem największych sportowych wydarzeń i tę ciągłość chcemy zachować”¹³. Na organizacji imprezy w martwym okresie zarobiły bydgoskie hotele. Organizatorzy oszacowali, że dochód w ciągu tylko czterech dni pobytu 900 osób, a przecież niektóre były zakwaterowane przez cały tydzień – wyniósł ponad 800 tys. złotych. Dodatkowo przynajmniej połowę tej kwoty pozostawili uczestnicy podczas

¹¹ S. Kabat, *W przyszłym roku będą cięcia, ale kryzys nie dotknie klubów*, „Express Bydgoski” 2009, nr 261 (6285), s. 22, 6 XI.

¹² Ibidem.

¹³ A. Szcześniak, *Bydgoski ratusz rozdzielił ponad 6 milionów złotych na dzieci, młodzież, seniorów i imprezy*, „Gazeta Pomorska” <http://www.pomorska.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20100210/SPORT99/504879085/> dostęp: 11.02.2010 r.

zwiedzania miasta, w galeriach handlowych, restauracjach, punktach z pamiątkami¹⁴.

Bydgoszcz może już dziś przeprowadzać imprezy lekkoatletyczne najwyższej rangi, ponieważ stadion im. Zdzisława Krzyszkowiaka ma jako jedyny w Polsce certyfikat First Class Międzynarodowej Federacji Stowarzyszeń Lekkoatletycznych IAAF. Jako jedyny w Polsce posiada również dziewięć torów na bieżni, co pozwala ubiegać się w przyszłości o organizację Pucharu Świata. Poza tym unikatową cechą obiektu w skali kraju jest niebieski kolor bieżni (drugi w Europie – po Berlinie). Kolor ten wybrano nieprzypadkowo, ponieważ inwestorzy chcieli, aby widz oglądający widowisko w telewizji od razu skojarzył tartan z miastem. Poza tym kolor ten jest najbardziej percypowany w przekazach telewizyjnych przez nasze zmysły, a także kojarzy się z barwami miasta i logo klubu. Modernizacja stadionu pochłonęła prawie 100 mln zł, a była przeprowadzona po to, aby móc gościć w Bydgoszczy 12. Mistrzostwa Świata Juniorów w Lekkiej Atletyce, które odbyły się w lipcu 2008 roku. Natomiast od momentu wyboru Bydgoszczy w 2006 roku w Osace na organizatora tego wydarzenia miasto miało obowiązek reklamować się na wszystkich wielkich imprezach mistrzowskich, które znajdują się w kalendarzu światowej federacji IAAF. Na kongresie IAAF, który odbywał się kilka dni przed mistrzostwami świata seniorów w Osace, bydgoszczanie wystawili stoisko, rozdawali ulotki i materiały reklamowe, a także prezentowali film promujący miasto, jego kulturę, obiekty i imprezy sportowe w różnych dyscyplinach. Bydgoszcz reklamowano również cukierkami, na których napisano „Kocham Bydgoszcz”¹⁵.

12. Mistrzostwa Świata Juniorów mogły pochwalić się rekordową widownią. Rywalizację młodych zawodników obserwowało, za pośrednictwem mediów, prawie 57 mln widzów ze 182 krajów, w tym 2,4 mln z Polski. Dwa lata wcześniej zmagania lekkoatletów w Pekinie obejrzało o 31 mln kibiców mniej. Z pewnością duży wpływ na to miała promocja, o którą zadbali organizatorzy z Bydgoszczy. W telewizji emitowano zwiastuny, na billboardach w różnych polskich miastach pojawiły się reklamy, również radio i prasa wspierały bydgoską imprezę. W trakcie mistrzostw z kolei pisano o niej w takich dziennikach, jak włoski „Corriere della Sera”, angielski „Daily Mail”, niemiecki „Die Welt”, hiszpański „La Republica”, francuski „L’Equipe” czy amerykański

¹⁴ S. Kabat, *Wygrają ci, którzy biegną*, „Express Bydgoski” 2010, <http://www.express.bydgoski.pl/look/article.tpl?IdLanguage=17&IdPublication=2&NrIssue=1455&NrSection=2&NrArticle=164275/> dostęp: 28.03.2010 r.

¹⁵ S. Kabat, *Gród nad Brdą wśród milionowych gigantów w Osace*, „Express Bydgoski” 2007, http://www.express.bydgoski.pl/look/article_druk.tpl?IdLanguage=17&IdPublication=2&NrIssue=701&NrSection=2&NrArticle=77390&IdTag=459/ dostęp: 08.02.2010 r.

„USA Today”¹⁶. W żaden inny sposób nazwa „Bydgoszcz” tak powszechnie nie dotarła dotąd do świadomości zagranicy. Wszystkie reprezentacje na pożegnanie otrzymały od organizatorów komplety wyników, a także albumy o mieście, w których znalazły się m.in. zdjęcia z pierwszych dni bydgoskich mistrzostw świata. Jest to kolejny przykład, jak przy okazji organizacji wydarzeń sportowych można promować miasto, w którym się one odbywają. Sześciodniowe zmagania lekkoatletów na stadionie im. Zdzisława Krzyszkowiaka w Bydgoszczy obserwowało w sumie około 60 tys. osób¹⁷.

Kampania reklamowa w 2008 roku była zakrojona na skalę dotychczas w Bydgoszczy nieznaną. Ratusz i organizatorzy mistrzostw świata zdecydowali się wydać na nią niemal 500 tys. zł. 200 tys. zł przekazało na ten cel miasto, resztę – komitet organizacyjny mistrzostw¹⁸. Niemal 200 billboardów i city-lightów oraz 1000 plakatów pojawiło się w największych miastach Polski, które prezentowały informacje o imprezie oraz logo mistrzostw. Bydgoską kampanię wspierało też radio Eska, nadające w 33 miastach, które emitowało spoty reklamowe, a w dodatkach do „Gazety Wyborczej” pojawiły się ogłoszenia¹⁹. Reklamy imprezy można było też znaleźć na stronie internetowej onet.pl. Miasto było ponadto sponsorem magazynów sportowych, które ukazują się w programach pierwszym i drugim Telewizji Polskiej, TVP Info i TVP Sport. Wyemitowanych zostało około 200 zwiastunów, w tym także w bardzo dobrym czasie antenowym z doskonałą oglądalnością pomiędzy głównym wydaniem Wiadomości a serwisem sportowym²⁰.

Przejawem promocji Bydgoszczy poprzez połączenie sztuki i sportu były kolorowe figury bydgoskich biegaczy występujących w czterech kolorach – białym, żółtym, czerwonym i czarnym, symbolizujących rasy ludzkie, które zostały wykonane na potrzeby rozreklamowania tej imprezy. Lekkoatleci ustawiani byli pojedynczo lub w czteroosobowych grupach i zwróceni w jednym kierunku – ku stadionowi im. Zdzisława Krzyszkowiaka²¹. Po mistrzostwach część rzeźb została zlicytowana, jednak sporo posągów zostało rozlokowanych w różnych częściach miasta jako reminiscencja tego, że Bydgoszcz

¹⁶ <http://www.sportowefakty.pl/la/2008/10/26/lekkoatletyczne-msj-w-bydgoszczy-obejrzało-57-mln-widzów/> dostęp: 03.03.2010 r.

¹⁷ http://sport.onet.pl/0,1268629,1788690,,wysoka_ocena_dla_polskich_organizatorów_ms_wiadomosc.html/ dostęp: 03.03.2010 r.

¹⁸ K. Aładowicz, *Miasto promuje się na potęgę. W całym kraju*, „Gazeta Wyborcza”.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ Ibidem.

²¹ <http://www.mmbydgoszcz.pl/11/2008/3/20/dokad-biegna-bydgoskie-golasy?category=photos/> dostęp: 06.06.2010 r.

organizowała tak wielkie wydarzenie. Inspiracją dla ich powstania było partnerskie miasto Bydgoszczy, niemieckie Mannheim, które w podobny sposób rok temu promowało jeździeckie mistrzostwa Europy w skokach przez przeszkody. Całe miasto opanowane było wtedy przez naturalnej wielkości figury koni²².

Bydgoszcz ma już jednak swoją własną lekkoatletyczną wizytówkę. To znany i ceniony mityng – Europejski Festiwal Lekkoatletyczny. W poprzednim roku, 2009, zyskał wysoką ocenę władz europejskiej federacji i ma szansę awansować do rangi mityngu Grand Prix IAAF²³. W roku 2010, podczas jubileuszowej – X edycji festiwalu, na bydgoskim stadionie padł nawet rekord świata. Ustanowiła go mistrzyni świata z Berlina 2009 – miotaczka Anita Włodarczyk. Teraz, przy prezentacji najlepszego wyniku naszej zawodniczki, pojawiać się będzie nazwa miasta, w którym rekord został ustanowiony. Rekordów świata nie ustanawia się często, więc nazwa „Bydgoszcz” powinna zagościć w statystykach przez dłuższy czas.

Kolejnym ważnym wydarzeniem sportowym w Bydgoszczy, które promowało je na zewnątrz, były Mistrzostwa Europy w Koszykówce Mężczyzn Eurobasket, które odbyły się we wrześniu 2009 roku. Dotacją 3,5 mln zł samorząd miasta wsparł organizatorów. Przez pięć dni (11-16.09.2009 r.) sześć narodowych reprezentacji w grupie półfinałowej mistrzostw Europy przebywało w Bydgoszczy²⁴.

W związku z tymi mistrzostwami przeprowadzono również we wrześniu 2009 roku kilka większych inwestycji. Zyskała między innymi HSW „Łuczniczka”. Przeznaczono na nie ponad 1,5 mln zł z budżetu miasta. Podłączono sieć informatyczną i teleinformatyczną IT dla przedstawicieli mediów, m.in. kładąc 6 km kabli. Zakupiono rozsuwane trybuny na 760 miejsc. Hala pomieściła około 6,5 tys. widzów. To dodatkowy atut miasta i hali w staraniach o przyznanie mistrzostw Europy koszykarek w roku 2011, a potem w 2014 roku mistrzostw świata siatkarki. Wycyklinowano i polakierowano parkiet, zakupiono cztery tablice 24-sekundowe oraz oświetlono tablice wyników, utwardzono 400 m kwadratowych placu pod wozy telewizyjne, który później będzie służył jako boiska do koszykówki²⁵.

²² http://bydgoszcz.com/php/index.php?index=2&tryb=8&strona=2&rodz=bydgoszcz&arch=&id_art=52124/ dostęp: 28.05.2010 r.

²³ W. Borakiewicz, *Królowa ma stolicę nad Brdą*, „Gazeta Wyborcza”, <http://bydgoszcz.gazeta.pl/bydgoszcz/1,35596,3289440.html/> dostęp: 21.02.2010 r.

²⁴ <http://www.pomorska.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20090909/SPORT03/746820940/> dostęp: 11.02.2010 r.

²⁵ S. Kabat, *Już gotowi na EuroBasket*, „Express Bydgoski” 2009, <http://www.express.bydgoski.pl/look/article.tpl?IdLanguage=17&IdPublication=2&NrArticle=148467&NrIssue=1302&NrSection=2&IdTag=85/> dostęp: 20.11.2009 r.

Z powodu EuroBasketu przyjechali do Bydgoszczy kibice z tych sześciu krajów, które grały w Łuczniczce²⁶. Mistrzostwa to jednak nie tylko zawodnicy i kibice, ale również oficjele, dziennikarze, ekipy techniczne – wszyscy oni mieszkali w Bydgoszczy. Poza tym transmisje z HSW „Łuczniczka” oglądała ogromna liczba widzów wielu krajach²⁷.

O Bydgoszczy w kraju było głośno również w związku z biciem rekordu Guinnessa w dniu 17 czerwca 2009 roku. Jednocześnie w siedmiu polskich miastach ponad 31 tys. osób przez pięć minut kozłowało piłkę koszykową. Doliczono się 3042 kozłujących bydgoszczan na Rybim Rynku. Każdy, kto chciał włączyć się do wspólnej zabawy, otrzymał specjalny certyfikat potwierdzający udział w próbie bicia najlepszego dotychczas wyniku. Miłośnicy basketu z Bydgoszczy, Gdańska, Katowic, Łodzi, Poznania, Warszawy i Wrocławia, czyli miast-gospodarzy EuroBasketu, ustanowili nowy rekord Guinnessa. Tym wielkim koszykarskim wydarzeniem Polski Związek Koszykówki oraz Komitet Organizacyjny EuroBasket 2009 Poland wspólnie z Międzynarodową Federacją Koszykówki rozpoczął akcję rozdawania 170 tys. piłek do koszykówki dla polskich szkół. Do Bydgoszczy w sumie trafiło 13,5 tys. sztuk²⁸.

Bydgoszcz była również jednym z czterech polskich miast, w których od 25 września do 4 października 2009 roku odbywały się Mistrzostwa Europy Kobiet w Piłce Siatkowej. W bydgoskiej hali „Łuczniczka” zagrały zespoły przydzielone do grupy C: Bułgaria, Belgia, Białoruś i Rosja²⁹. Poza organizacją zawodów sportowych Polska Federacja Siatkówki przygotowała anglojęzyczny biuletyn, który został rozesłany do członków komitetu kontrolującego z ramienia CEV (Europejska Federacja Siatkówki) oraz Komitetu Organizacyjnego Mistrzostw i federacji państw-uczestników. Zawierał on wiele przydatnych informacji, m.in. kalendarium mistrzostw, informacje o lotniskach, krótkie charakterystyki miast-organizatorów, opisy hal, w których zagrały najlepsze siatkarki Starego Kontynentu oraz opisy hoteli, w których zakwaterowane były zawodniczki i oficjele. O Bydgoszczy można było przeczytać, że: „położona jest pomiędzy dwiema rzekami – Brdą i Wisłą – oraz zbudowanym ponad 100 lat temu kanałem. Obecnie Kanał Bydgoski jest światową perełką

²⁶ *Łuczniczka młodsza po liftingu*, „Gazeta Wyborcza” http://bydgoszcz.gazeta.pl/bydgoszcz/1,35591,7013511,Luczniczka_młodsza_po_liftingu.html/ dostęp: 01.03.2010 r.

²⁷ *Kasa wrzucona do kosza. Czyli czy Bydgoszcz opłacał się Eurobasket?* „Gazeta Pomorska” 2009, <http://www.pomorska.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20090916/BYDGOSZCZ01/972770412/> dostęp: 17.12.2009 r.

²⁸ http://www.bydgoszcz.pl/miasto/aktualnosci/archiwum-aktualnosci-2009-kwiecien-czerwiec/pobili_my_rekord_guinnessa.aspx/ dostęp: 17.12.2009 r.

²⁹ <http://www.mekobiet2009.pl/pliki/ed/ogladalnosc-me-w-halach.pdf/> dostęp: 27.03.2010 r.

architektury. Przez stulecia Bydgoszcz była ważnym ośrodkiem handlowym, niezwykle mocno związanym z rzeką. [...] Bydgoszcz jest miastem pełnym życia, słynącym z corocznych festiwali: teatralnego, muzycznego i operowego. A jazz, jak inne rodzaje muzyki, jest grany wszędzie w kafejkach i klubach”³⁰. W biuletynie informacyjnym można również podziwiać zdjęcia, na których uwidoczniło m.in.: Operę Nova, Spichrze, Wyspę Młyńską, HSW „Łuczniczka” czy też „Przechodzącego przez rzekę”.

Bydgoskim ewenementem na skalę światową jest niewątpliwie wioślarstwo. Łączny wysiłek Bydgoskiego Towarzystwa Wioślarskiego, „Bydgotii” i „Zawiszy” oraz mniejszych klubów, doprowadził Bydgoszcz do uzyskania przez nią, nieoficjalnego zaszczytnego tytułu Stolicy Polskiego Wioślarstwa. Został on, mimo wielu trudnych lat, utrzymany aż po współczesność³¹. Wielu bydgoszczan jest, czy też było, związanych z tym sportem, dlatego wszelkie inicjatywy mające wypromować wioślarstwo trafiają na podatny grunt. Latem 1992 roku dziennikarze sportowi „Gazety Pomorskiej” wyszli nieoficjalnie z inicjatywą zorganizowania regat na wzór legendarnego wyścigu Cambridge-Oxford. Tak narodziła się impreza, niemająca współcześnie w Polsce odpowiednika – Wielka Wioślarska o Puchar Brdy, która ma już własną tradycję i jest obecnie najbardziej prestiżowym wyścigiem ósemek w Polsce (poza mistrzostwami kraju), dla mieszkańców zaś stała się prawdziwym świętem”³².

Dnia 10 października 2009 roku odbyła się 18. edycja Wielkiej Wioślarskiej o Puchar Brdy. W centrum miasta po raz czwarty ścigały się również słynne angielskie uniwersytety Oxford i Cambridge. Oba uniwersytety rywalizują ze sobą na Tamizie od 1829 roku. Ich występy poza granicami Królestwa należą do rzadkości. Wcześniej ścigały się między sobą na Nilu i Amazonce. Od roku 2004 współzawodniczą także na Brdzie. Udział renomowanych angielskich osad w Wielkiej Wioślarskiej na czele z załogami Uniwersytetów Oxford i Cambridge w ostatnich czterech latach był milowym krokiem w promocji Bydgoszczy i tej dyscypliny sportu. Impreza urosła do znanych międzynarodowych regat. „Dziś już nie mam żadnych problemów, aby zaprosić znane angielskie osady. Wszyscy w światku sportowym w Londynie wiedzą, że w Bydgoszczy odbywają znane regaty” – powiedział Romuald Poślednik, prezes Fundacji Polsko-Brytyjskiej³³. W 2007 roku zaproszono ponadto na regaty najstarszy

³⁰ http://www.bydgoszcz.pl/miasto/aktualnosci/archiwum-aktualnosci-2009-kwiecien-czerwiec/bydgoszcz_w_siatkarskim_biuletynie.aspx/ dostęp: 27.03.2010 r.

³¹ T. Malinowski, K. Fiut, Z. Urbanyi, *Dziesięć diamentów w wioślarskiej koronie*, Bydgoszcz 1998, s. 10.

³² Ibidem, s. 20-21.

³³ S. Kabat, *Wysoki poziom, ale mało kibiców*, „Express Bydgoski”.

i najbardziej znany klub wioślarskim na świecie, Leander z Henley³⁴, a w 2009 roku również ekipę z Uniwersytetu Nottingham. Wielka Wioślarska o Puchar Brdy dzięki zaproszeniu do Bydgoszczy ósemek słynnych angielskich uniwersytetów zyskała wielki rozgłos w kraju i za granicą. Starania bydgoszczan docenił Marszałek Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Laureatami prestiżowych nagród, rozdanych 9 grudnia 2009 roku zostali Romuald Poślednik, dyrektor regat Wielka Wioślarska o Puchar Brdy oraz Krzysztof Kościański, prezes KU AZS UKW – za promocję województwa podczas tych zawodów.

Według Białej Księgi sport może odgrywać rolę w różnych dziedzinach zewnętrznych stosunków Unii Europejskiej: jako element programów pomocy zewnętrznej, element dialogu z krajami partnerskimi i część dyplomacji publicznej³⁵. Zawody międzynarodowe stanowią doskonałą płaszczyznę wymiany doświadczeń, i to nie tylko sportowych. W 2005 roku dyrektor regat Romuald Poślednik powiedział: „Nie chcemy zamykać się w kontaktach z Anglikami tylko od brzegu do brzegu Brdy. Oprócz rywalizacji sportowej, zamierzamy rozwijać współpracę naukową i ekonomiczną. Dlatego wraz z zawodnikami przylatują m.in. druga osoba we władzach uniwersytetu w Oxfordzie David Holmes oraz dyrektor generalny Brytyjsko-Polskiej Izby Handlowej, Martin Oxley”³⁶. W 2009 roku w ramach projektu Polska! Year – Roku Polskiego w Wielkiej Brytanii, promującego polską kulturę na Wyspach złożyło się ponad 200 wydarzeń. Częścią tego przedsięwzięcia były Regaty Oxford-Bydgoszcz-Cambridge Boat Race. Wygrana ze sławnymi uniwersytetami pomogła w promocji już nie tylko Bydgoszczy, ale i całego kraju. Minister spraw zagranicznych Radosław Sikorski wręczył osadom puchary i spotkał się z zawodnikami³⁷.

W zamian za goszczenie angielskich uniwersytetów na Wielkiej Wioślarskiej o Puchar Brdy tamtejsze towarzystwa wioślarskie zaprosiły w 2006 roku ósemkę Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego z Bydgoszczy do udziału w regatach The Boat Race, które już od dawna są czymś więcej niż tylko studentckimi zawodami. Główny sponsor regat na przygotowanie i przeprowadzenie zawodów wydaje rocznie milion funtów. Najważniejszy wyścig natomiast gromadzi na brzegu Tamizy około 250 tys. widzów. W 2005 roku transmisje z regat za pośrednictwem BBC obejrzało prawie osiem mln Brytyjczyków³⁸.

³⁴ S. Kabat, *Rywale będą z najwyższej półki*, „Express Bydgoski”.

³⁵ Biała Księga Sportu, Bruksela 2007, Komisja Wspólnot Europejskich, s. 10.

³⁶ S. Kabat, *Oxford na czele z ambasadorem*, „Express Bydgoski” 2005, <http://www.express.bydgoski.pl/look/article.tpl?IdLanguage=17&IdPublication=2&NrIssue=114&NrSection=2&NrArticle=8229> /dostęp: 13.03.2010r.

³⁷ http://www.sport.pl/inne/1,101400,6667851,Wioslarstwo_Bydgoszcz_wygrala_z_legendarnymi_osadami.html /dostęp: 07.02.2009 r.

³⁸ P. Kowalski, *Wioślarska Przyjaźń*, „Akademicki Przegląd Sportowy” 04/2006 (242), s. 14.

W marcu 2008 roku po raz pierwszy raz w ponad 80-letniej historii brytyjskiego The Head of the River Race wystartowała ósemka z Polski, uzyskując w klasyfikacji ogólnej 55. miejsce na prawie 420 osad. W klasyfikacji osad zagranicznych zajęliśmy 10. miejsce, a wśród uniwersytetów spoza Wielkiej Brytanii pierwsze miejsce. Jak ważny był to start dla władz miejskich, może świadczyć fakt, że wiosłarzom towarzyszyli w Londynie prezydent miasta Bydgoszczy Konstanty Dombrowicz, przewodnicząca Rady Miasta Dorota Jakuta oraz władze Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego – rektor prof. dr hab. inż. Józef Kubik i prorektor ds. organizacji i rozwoju prof. dr hab. Janusz Trempała³⁹.

Polskim fenomenem sportowym jest żużel. W polskiej lidze jeżdżą wszyscy najlepsi zawodnicy na świecie, a ściągają ich do Polski najwyższe kontrakty i tysiące widzów na meczach⁴⁰. Od dziesięcioleci w Bydgoszczy cieszy się on ogromną popularnością. W 1997 roku odbył się tu pierwszy turniej z cyklu Grand Prix, wyłaniającego indywidualnego mistrza świata. Impreza co roku ściąga na stadion przy ul. Sportowej tysiące fanów. Kilkanaście lat temu odbył się tu także finał drużynowego czempionatu globu. Klub oraz władze miasta zyskały w międzynarodowej centrali żużlowej bardzo dużą wiarygodność. W roku 2008 na stadionie „Polonii” odbyły się aż dwa turnieje Grand Prix. Jest to przypadek bez precedensu. Wskutek problemów organizatorów październikowych zawodów w Gelsenkirchen, gdzie tor nie nadawał się do jazdy, decydujące o podziale medali w sezonie 2008 wyścigi przeniesiono do Bydgoszczy⁴¹.

W dniach 6-7 lutego 2010 roku w hali „Łuczniczka” rozegrano mecz tenisowy Polska – Belgia w ramach Fed Cup (Puchar Federacji). Sponsorem polskiej drużyny został organizator meczu, a więc miasto Bydgoszcz. Ratusz przeznaczył na ten cel ok. 100 tys. zł. Według zastępcy prezydenta miasta Bydgoszczy Macieja Grześkowiaka, inwestycja się opłaciła, bo występy takich sław sportowych to wielka promocja. Logo Bydgoszczy pojawiło się nie tylko w hali, ale też w przekazach telewizyjnych. Transmisję ze wszystkich pojedynków przeprowadziła TVP Sport⁴². Poza tym w najlepszym czasie antenowym, czyli około godziny 20, przez kilka dni emitowano Kronikę z Pucharu Federacji w TVP1 zaraz po Wiadomościach Sportowych. W spotach po Kronice pojawiała się logo Bydgoszczy wraz z hasłem „Bydgoszcz miastem

³⁹ M. Tomanek, *Moc wiosel*, „Akademicki Przegląd Sportowy” 03/2008 (261), s. 3.

⁴⁰ H. Mruk, Z. Waśkowski, *Sport&business*, Poznań 2005.

⁴¹ <http://visitkujawsko-pomorskie.pl/bydgoszcz-miasto-sportu,178,2,693.html/> dostęp: 15.02.2010 r.

⁴² http://bydgoszcz.gazeta.pl/bydgoszcz/1,35591,7469589,Bydgoszcz_sponsorem_kadry_na_Fed_Cup.html/ dostęp: 27.02.2010 r.

sportu”. Impreza ta sprawiła, że miasto było bardzo widoczne dzięki zarezerwowaniu miejsca na loga i hasła na korcie, banerach wokół niego oraz na strojach zawodniczek i w najbardziej eksponowanym miejscu na konferencjach prasowych. Według Macieja Grześkowiaka ważniejsze niż to, czy trybuny wypełnią się do ostatniego miejsca, będzie, że zasiądzie na nich przynajmniej kilkudziesięciu biznesmenów, menedżerów największych polskich firm chcących obejrzyć na korcie pojedynki znanych tenisistek. Tym samym stwarzamy przestrzeń do rozmów dla naszych przedsiębiorców. To forum towarzysko-biznesowe przy okazji sportowych imprez przynosi efekty. Czasem nie od razu, ale w końcu procentuje⁴³.

Kolejnym powodem do dumy dla Bydgoszczy był fakt, że rozgrywany od 2005 roku w HSW „Łuczniczka” mityng Pedro’s Cup wysunął się na pierwsze miejsce w światowej klasyfikacji zawodów z tzw. ograniczonym programem (zawody, w których rozgrywane są tylko wybrane konkurencje). Tym samym bydgoskie zawody lekkoatletyczne wyprzedziły dotychczasowego lidera światowych rankingów – niemieckie Arnstadt. W klasyfikacji uwzględniono 56 halowych imprez z całego świata. Oceniane były wyniki osiągnięte przez sportowców oraz promocja imprezy⁴⁴.

Oprócz czysto sportowych zawodów, w Bydgoszczy odbywa się Gala Lauru Królowej Sportu organizowana przez: Kujawsko-Pomorski Związek Lekkiej Atletyki, Urząd Miasta Bydgoszczy i Kujawsko-Pomorski Urząd Marszałkowski. Dnia 7 grudnia 2009 roku odbyła się po raz czwarty. Zamysłem inicjatorów jest to, by uroczystość miała charakter długofalowy i była równocześnie nastawiona na budowanie pozytywnej aury wokół tej dziedziny sportu. W celu godnego uhonorowania osób i instytucji szczególnie zaangażowanych w rozwój oraz promocję lekkiej atletyki, przybrano formułę na wzór gali oscarowej. Gwiazdy sportu przyjechały pod gmach Opery Nova limuzynami, było efektowne wejście po niebieskim dywanie, którego kolor symbolizuje bieżnię Stadionu Miejskiego im. Zdzisława Krzyszkowiaka. Jest to jedyna tego typu uroczystość skupiająca osoby, którym bliska jest właśnie lekkoatletyka⁴⁵.

Marketing gminy powinno się postrzegać dodatkowo przez pryzmat działań osób utożsamiających się z danym regionem. Z reguły są to osoby pełniące funkcje regionalnych i lokalnych „ikon marketingowych”, znane z przekazów

⁴³ Tomasz Froehle, *FED Cup 2010: Siostry Radwańskie będą promowały Bydgoszcz!*, „Gazeta Pomorska” 2010, <http://www.pomorska.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20100119/SPORT99/814831067/> dostęp: 25.02.2010 r.

⁴⁴ http://www.bydgoszcz.pl/miasto/aktualnosci/Sukces_promocji_przez_sport_.aspx#1/ dostęp: 15.02.2010 r.

⁴⁵ http://www.info.bydgoszcz.pl/artukul,gala_lauru_krolowej_sportu,344/ dostęp: 12.12.2009 r.

medialnych ze względu na swój profil zawodowy, ze względu na swoje poglądy, wyniki własnej aktywności. Różnorodne powiązania z regionem (pochodzenie, miejsce pracy, sympatia osobista lub inne) pozwalają takim osobom w specjalny sposób podkreślać pozytywne nastawienie do regionu i wносить tym samym swój wkład w jego nagłośnienie, propagowanie oraz uatrakcyjnianie⁴⁶.

W Bydgoszczy podjęto inicjatywę wyróżniania ambasadorów naszego miasta pamiątkowymi tablicami w formie utrwalonej w płaskorzeźbie sygnatury, czyli tzw. bydgoskimi autografami. Przedsięwzięcie ma charakter cykliczny. Powołana Kapituła wyróżnia każdego roku osoby, które dla miasta szczególnie się zasłużyły, które swoją pracą i działalnością sławią dobre imię Bydgoszczy. Wmurowane w nawierzchnię ulicy Długiej tablice odsłaniane są szóstego dnia grudnia. Wśród wyróżnionych jest wielu sportowców związanych Bydgoszczą: Zbigniew Boniek, Irena Szewińska czy Tomasz Gollob. W ten sposób ratusz chce uwypuklić ich powiązanie z miastem, a tym samym uatrakcyjnić własny wizerunek. Z Bydgoszczy pochodzi kilka ikon polskiego sportu i to one w pierwszej kolejności zostały uhonorowane możliwością złożenia autografu na ulicy Długiej.

Bydgoszcz należy do ścisłej krajowej czołówki w rankingu ośrodków posiadających drużyny klubowe w najwyższych klasach rozgrywkowych. Ponad 60 sezonów „Polonii” w żużlowej elicie, sukcesy siatkarek „Pałacu” czy dynamicznie rozwijającą się męską drużynę siatkarską „Delecty” to wizytówki miasta, dzięki którym Bydgoszcz staje się rozpoznawalna na mapie sportowej. Lekkoatleci „Zawiszy” są ikoną królowej sportu w krajowym wydaniu, a nie brakuje im wybitnych osiągnięć także w zawodach międzynarodowych⁴⁷. Niezwykle charakterystycznym bydgoskim klubem jest RTW Bydgosztia – prawdziwy potentat na skalę światową w wioślarstwie. W 81-letniej historii zawodnicy klubu zdobyli na imprezach światowych 81 medali, a na Mistrzostwach Polski 1230 krążków. Najważniejszymi osiągnięciami w historii klubu jest wywalczenie przez Roberta Sycza dwóch złotych medali olimpijskich w dwójce podwójnej kategorii lekkiej na Igrzyskach Olimpijskich w Sydney w 2000 roku i w Atenach w 2004 roku, a także zdobycie przez Bartłomieja Pawełczaka i Miłosza Bernatajtyśa srebrnego medalu w czwórce bez sternika kategorii lekkiej na Igrzyskach Olimpijskich w Pekinie w 2008 roku⁴⁸. Klub wywalczył Drużynowe Mistrzostwo Polski 17 razy z rzędu, co jest ewenementem

⁴⁶ A. Szromnik, *Marketing terytorialny*, Kraków 2008, s. 167.

⁴⁷ <http://visitkujawsko-pomorskie.pl/bydgoszcz-miasto-sportu,178,2,693.html/> dostęp: 15.02.2010 r.

⁴⁸ <http://www.bydgosztia.org.pl/> dostęp: 6.04.2010 r.

na skalę europejską i rekordem tego kontynentu. Na Brdzie w sezonie przez cały dzień widuje się dziesiątki trenujących wioślarzy i wioślarek. Stanowi to dodatkowy urok i punkt charakterystyczny dla Bydgoszczy: intensywny ruch osad wioślarskich i kajakarskich na Brdzie w centrum miasta. W mieście są doskonałe warunki do uprawiania tego sportu. Nic dziwnego, że największe sukcesy sportowe bydgoszczanie odnosili właśnie w tych dyscyplinach.

Sport w Bydgoszczy jest organizowany na kilku płaszczyznach. Pierwsza i kluczowa to baza. Miasto przejęło większość obiektów i z tym wiąże się ich utrzymanie. Na barkach Urzędu Miasta spoczywają m.in. wszelkie opłaty, modernizacje czy remonty. Dla budżetu to wydatek ponad 5 mln zł rocznie⁴⁹. Kolejna płaszczyzna to szkolenie dzieci i młodzieży. Za jeden punkt zdobyty w tej rywalizacji miasto płaci 400 złotych, inne ośrodki o połowę mniej. Wydano na ten cel 4 mln 200 tys. złotych, lecz po sześciu latach takiej pracy widać efekty. Dowodem na to może być trzecie miejsce CWZS „Zawisza” w Polsce. Z Warszawy prezes Sebastian Chmara przywiózł okazały puchar oraz 90 tys. zł, które przeznaczone zostaną na zakup sprzętu sportowego przez każde Stowarzyszenie proporcjonalnie do zdobytych punktów. CWZS „Zawisza” w decydującym stopniu przyczynił się do wysokiej, bo czwartej lokaty Bydgoszczy wśród sportowych miast w Polsce. Bydgoszcz z dorobkiem 4268,51 pkt pozostawiła w pokonanym polu o wiele większe miasta, jak Kraków, Łódź, Gdańsk i Katowice, a wyprzedziły ją jedynie Warszawa, Poznań i Wrocław⁵⁰. Kolejna płaszczyzna – to seniorzy, bo na pomoc zawodowym klubom wydano z miejskiej kasy około miliona złotych rocznie. Jednym pomaga się funkcjonować na najwyższym poziomie, innym z kolei umożliwia się dojście do ekstraklasy. Tak jest w przypadku futbolu, który w Bydgoszczy ma wielkie tradycje. Warto w niego inwestować, bo miejscy urzędnicy przewidują ogromny boom na tę dyscyplinę w związku z EURO 2012. Niebawem do Polski zjeżdżać będą specjaliści od promocji z UEFA, a za nimi sponsorzy, gotowi inwestować w piłkę nożną. Miasto chce, by „Zawisza” był na to gotowy. Do tego dochodzą stypendia Prezydenta Bydgoszczy dla utalentowanych sportowców, których jest ponad 100.

Ostatnie pole działania miejskich władz to organizacja wielkich imprez⁵¹. Na rok 2010 miasto jest większościowym udziałowcem w spółkach piłkarskiej, siatkarskiej i żużlowej. Na własność przejęło obiekty pod dawnym WKS „Zawisza” i „Astorii”, jest też gospodarzem klubu BKS „Chemik”. Co roku

⁴⁹ M. Zima, op. cit.

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ Ibidem.

wiele klubów, indywidualnych sportowców czy imprez otrzymuje z miejskiego budżetu niemałe wsparcie finansowe. Doskonałym przykładem może być rok 2009: stypendia – 600 tys. zł dla 22 osób, sport zawodowy – 1 mln 55 tys. zł, ostatnia rata na EuroBasket – 1 mln 50 tys. zł, mistrzostwa Europy siatkarek – 1 mln 220 tys. zł, żużlowa Grand Prix – 1 mln, inne imprezy sportowe (w sumie aż 62) – 752 tys. zł, utrzymanie miejskich obiektów – 4 mln zł, wsparcie budowy „orlików” – 8 mln zł, nagrody dla trenerów – około 50 tys. zł (25 osób od 1700 do 2600 zł). A do tego około miliona złotych dla klubów z budżetu na promocję czy podział grantu z Banku Pocztowego (ok. 300 tys. zł na sam sport). Roczny wydatek na sport dzieci i młodzieży to 4 mln zł⁵². W 2009 roku ratusz wydał na sport 26,5 mln zł (niemal dwukrotnie większy Poznań przeznaczył na sport 25 mln zł). Oczywiście nie cała ta kwota trafia do klubów (w 2009 r. było to ok. 13 mln zł – druga część to wydatki, m.in. na utrzymanie obiektów, w tym Stadionu Miejskiego im. Zdzisława Krzyszkowiaka i hali Łuczniczka)⁵³. Poza tym w styczniu 2009 roku miasto za łączną kwotę 1,8 mln zł nabyło 8 tys. akcji imiennych serii D w „Łuczniczce Bydgoszcz” SA (za 800 tys. zł) i 10 tys. akcji imiennych serii B w Żużlowym Klubie Sportowym „Polonia Bydgoszcz” SA (1 mln zł). Według trenera „Delecty” Waldemara Wspaniałego „to znakomita promocja dla miasta, bo sport jest codzienny. Nazwy drużyn i sponsorów wymieniane są niemal co tydzień, bo co tydzień grają siatkarze”⁵⁴.

Podczas konferencji „Sport – marketing – promocja”, która odbyła się pod koniec stycznia 2010 roku w Toruniu, oceniono realną wartość wynikającą z promowania się samorządów poprzez wydarzenia sportowe. Specjaliści obliczyli wartość płynącą z częstego powtarzania nazwy miasta oraz pokazywania logo miasta na antenie telewizyjnej przy okazji wydarzeń sportowych. Promocja Bydgoszczy w telewizji poprzez samą tylko drużynę siatkarską „Delecty” (w szczególności przez Piotra Gruszkę) wyceniona została na 3,42 mln zł. Kwota przeznaczona przez Urząd Miasta w tym czasie na działalność klubu wyniosła natomiast 500 tys. zł. Była to zatem niezwykle udana inwestycja, która przyniosła realny zysk promocyjny opiewający na kwotę 2,92 mln zł⁵⁵.

⁵² <http://www.pomorska.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20091023/SPORT/782660967/> dostęp: 11.02.2010 r.

⁵³ http://bydgoszcz.gazeta.pl/bydgoszcz/1,35591,7260057,Kapital_w_sluzbie_sportu.html/ dostęp: 15.05.2010 r.

⁵⁴ http://www.bydgoszcz.pl/miasto/aktualnosci/archiwum-aktualnosci-2009-styczen-marzec/miasto_wi_kszo_ciowym_akcjonariuszem.aspx/ dostęp: 15.02.2010 r.

⁵⁵ http://www.bydgoszcz.pl/miasto/aktualnosci/Sukces_promocji_przez_sport_.aspx#1/ dostęp: 15.02.2010 r.

Według mnie nie trzeba w Bydgoszczy szukać cech, które odróżniłyby ją od innych miast. Bydgoszcz słynie ze wspaniałych sportowców: głównie w lekkiej atletyce, wioślarstwie i żużlu. Warto to wykorzystać jako atut marketingu terytorialnego i doskonały produkt, skoro przynajmniej w najbliższym czasie miasto nie będzie innowacyjnym Wrocławiem, turystycznym Krakowem czy wypoczynkowym Gdańskiem.

Podsumowując, stwierdzam, że promocja gminy poprzez sport jest do-tychczas narzędziem niszowym, jednak zyskującym coraz więcej zwolenników wśród samorządów. Dlatego sport jako instrument promocji i rozwoju miasta sprawdza się w bardzo dużym stopniu, co widać najlepiej na przykładzie Bydgoszczy. Za potwierdzenie moich słów można uznać to, że w kwietniu 2010 roku Bydgoszcz otrzymała tytuł „Sportowej Gminy” przyznany przez Polski Klub Infrastruktury Sportowej „za inwestycje w nowoczesną bazę sportową i rekreacyjną oraz skuteczną realizację programu rozwoju sportu i rekreacji w gminie”⁵⁶.

⁵⁶ http://www.bydgoszcz.pl/miasto/aktualnosci/Bydgoszcz_Sportowa_Gmina.aspx/ dostęp: 01.06.2010 r.