



Ś W I D N I C A
12-14 X 2016
f Kongres Turystyki Polskiej

Komercjalizacja obiektów miejskich w aspekcie rozwoju turystyki

Krzysztof Cieślikowski
doktor nauk ekonomicznych

Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką, AWF Katowice
k.cieslikowski@awf.katowice.pl

Plan prezentacji



- Komercjalizacja – znaczenie współczesne
- Obiekt miejski (sportowy, kulturalny, biznesowy ...)
 - ... i jego produkt
- Cele komercjalizacji współczesnych obiektów miejskich
 - Korzystny **wynik finansowy** (pokrycie kosztów utrzymania, wypracowanie zysku, wysokie przychody, itp.?)
 - **Promocyjne korzyści** dla miasta/ sponsora/ właściciela
- Wynik finansowy – czyli duże liczby: wydarzeń i odwiedzających; sponsor tytularny
 - USA
 - Niemcy
 - ... polskie obiekty?

- **Komercjalizacja – znaczenie współczesne**
- Obiekt miejski (sportowy, kulturalny, biznesowy ...)
 - ... i jego produkt
- Cele komercjalizacji współczesnych obiektów sportowych
 - Korzystny **wynik finansowy** (pokrycie kosztów utrzymania, wypracowanie zysku, wysokie przychody, itp.?)
 - **Promocyjne korzyści** dla miasta/ sponsora/ właściciela
- Wynik finansowy – czyli duże liczby: wydarzeń i odwiedzających; sponsor tytularny
 - USA
 - Niemcy
 - ... polskie obiekty?

W socjologii:

Komercjalizacja - wystawienie na sprzedaż czegoś, co wcześniej niekoniecznie na sprzedaż było.

Komercjalizacja to proces nakierowany na osiągnięcie zysku z dowolnego „segmentu” życia społecznego czy kultury: jednostki, instytucji, organizacji, zachowań zbiorowych.

D. Antonowicz, R. Kossakowski, T. Szlendak:
OSTATNI BASTION ANTYKONSUMERYZMU?. KIBICE INDUSTRIALNI W DOBIE KOMERCJALIZACJI SPORTU.
STUDIA SOCJOLOGICZNE 2011, 3 (202), s. 113-139

W ekonomii:

Komercjalizacja – ogół zmian mających na celu oparcie czegoś na zasadach komercyjnych (handlowych).

Komercjalizacja nieruchomości

oznacza wynajęcie budynku i tym samym stworzenie produktu inwestycyjnego przynoszącego dochód.

Komercjalizacja przedsiębiorstw

jest przystosowaniem przedsiębiorstwa do warunków gospodarki rynkowej.

- Komercjalizacja – znaczenie współczesne
- **Obiekt miejski (sportowy, kulturalny, biznesowy ...)**
 - ... i jego produkt
- Cele komercjalizacji współczesnych obiektów sportowych
 - Korzystny **wynik finansowy** (pokrycie kosztów utrzymania, wypracowanie zysku, wysokie przychody, itp.?)
 - **Promocyjne korzyści** dla miasta/ sponsora/ właściciela
- Wynik finansowy – czyli duże liczby wydarzeń i odwiedzających; sponsor tytularny
 - USA
 - Niemcy
 - ... polskie obiekty?

„**obiekt**” jest wyrazem i terminem wieloznacznym.

- **W swoim pierwszym** i podstawowym znaczeniu to ‘przedmiot, rzecz; przedmiot poznania i działalności człowieka’,
- **w drugim** – ‘budynek, zespół budynków przemysłowych, użyteczności publicznej itp. lub urządzenie terenowe’

Obiekt miejski



OBIEKT MIEJSKI – kategoria ta obejmuje: zabytki, miejsca naturalne, obiekty podwodne, archeologiczne, przemysłowe lub miejskie, krajobrazy kulturowe, miejsca pamięci, dobra i obiekty kultury, dziedzictwo niematerialne związane z danym miejscem, w tym dziedzictwo współczesne..

Obiekt miejski



Obiekty kultury są ważnymi elementami przestrzeni miejskiej. Są one nie tylko miejscem aktywizacji lokalnej społeczności, ale często także wizytówką miast.

... SPORTOWY - to samodzielny, zwarty zespół urządzeń terenowych oraz budynków przeznaczonych do celów sportowych

Mała encyklopedia sportu. Wyd. II. T. 2: L-Ż. Warszawa: [Sport i Turystyka](#), 1987, s. 210

Obiektami sportowymi są np. stadiony, hale sportowe, sale gimnastyczne, baseny pływackie, korty tenisowe, lodowiska, tory łyżwiarskie, hipodromy, tory wyścigowe, skocznie narciarskie, pola golfowe, skateparki, aquapark, lotnisko itp.









12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

www.kongresturystyki.pl



... kryteria podziału obiektów miejskich:

- Funkcje obiektu** (sportowy, kulturalny, biznesowy, wielofunkcyjny)
- Infrastruktura towarzysząca** (brak, niewielka, średnia, bogata)
- Wielkość obiektu** (małe, średnie, duże)
- Lokalizacja obiektu** (w centrum miasta, w dzielnicy, poza miastem)
- Dostępność komunikacyjna obiektu** (doskonała, średnia, słaba)
- Zadaszenie obiektu** (zadaszony, z możliwością zamknięcia, otwarty)
- Rodzaj właściciela** (prywatny, samorządowy/państwowy)
- Wielkość inwestycji** (małą, średnia, duża)
- Data oddania do użytku** (nowy, średni, stary)
- Inne kryteria podziału

Plan prezentacji



- Komercjalizacja – znaczenie współczesne
- Obiekt miejski (sportowy, kulturalny, biznesowy)
 - ... i jego produkt
- **Cele komercjalizacji współczesnych obiektów miejskich**
 - **Korzystny wynik finansowy (pokrycie kosztów utrzymania, wypracowanie zysku, wysokie przychody, itp.?)**
 - **Promocyjne korzyści** dla miasta/ sponsora/ właściciela
- Wynik finansowy – czyli duże liczby wydarzeń i odwiedzających; sponsor tytularny
 - USA
 - Niemcy
 - ... polskie obiekty?

Komercjalizacja obiektów miejskich

Obiekt miejski ... jako ????

Nieruchomość



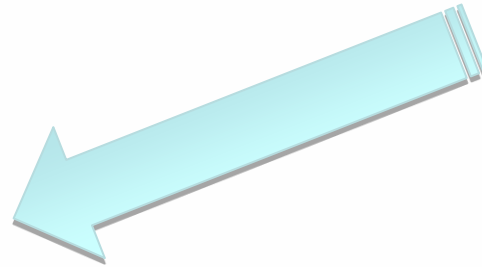
Przedsiębiorstwo

Komercjalizacja obiektów miejskich

Obiekt miejski ... jako ????

Nieruchomość

Cel główny – wynajem „stały”
powierzchni



Przedsiębiorstwo

Komercjalizacja obiektów miejskich



Poziom 4

Najwyższa część trybun z restauracją o powierzchni 1,3 tys. m kw., na wysokości 40 m nad otaczającym terenem, z widokiem na Wisłę i Stare Miasto

Poziom 3

Górna promenada z kioskami gastronomicznymi, toaletami oraz punktami pierwszej pomocy

Poziom 2

Fitness club i powierzchnie konferencyjne z widokiem na pobliski park. Znajdą się tu także łóżka VIP-owskie, kawiarnie i biura

Poziom 1

Pomieszczenia biurowe, sale konferencyjne, łóżka VIP-owskie – w tym prezydencka i korporacyjne. Centrum dowodzenia służb bezpieczeństwa stadionu. Pomieszczenia dla komentatorów i mediów oraz restauracje

Trybuny

Mogą pomieścić 55 tys. kibiców. Jest na nich 106 miejsc przeznaczonych dla osób niepełnosprawnych oraz 900 miejsc dla dziennikarzy.

Iglica

Centralny element konstrukcyjny dachu, o długości 70 m i wadze 100 ton

Dach

Składa się ze stałego dachu z powłoki teflonowej nad trybunami i z części rozsuwanej nad boiskiem. Całkowita powierzchnia dachu wynosi 5 ha, a rozpiętość konstrukcji to 240 na 270 m

Poziom 0

Główna promenada wraz ze sklepami, toaletami, powierzchniami użytkowymi oraz kioskami gastronomicznymi, przystosowana dla osób niepełnosprawnych. Znajdują się tu również klub biznesowy i restauracje

Poziom -1

Sportowa kawiarnia, sklep i klub kibica, a także restauracje oraz pomieszczenia dla mediów

Poziom -2

Płyta boiska z naturalną ogrzewaną i nawadnianą murawą. Wjazdy umożliwiające bezpośredni dostęp do płyty boiska. Szatnie dla zawodników, strefa do rozgrzewki dla sportowców. Centrum prasowe i parking dla VIP-ów

Poziom -4 i -3

Dwupoziomowy parking na około blisko 1,3 tys miejsc zlokalizowany pod płytą boiska

Komercjalizacja obiektów miejskich



siedliska

parkingi

przystanki dla komunikacji zbiorowej

przychodnie specjalistyczne

restauracje i puby

siłownie

toalety

Loże VIP

Pomieszczenia biurowe

szatnie

sklepy

Sale konferencyjne

hotele

muzea



Komercjalizacja obiektów miejskich



siedliska

parkingi

przystanki dla komunikacji zbiorowej

przychodnie specjalistyczne

restauracje i puby

siłownie

toalety

Łoże VIP

Pomieszczenia biurowe

szatnie

sklepy

Sale konferencyjne

hotele

muzea



Komercjalizacja obiektów miejskich



Najprostszym elementem przestrzeni miejskiej o charakterze publicznym jest pojedynczy **obiekt** (np. sportowy, kulturalny, biznesowy).

Ale

Współcześnie rzadko występują one w wyizolowanej formie.
Naturalną kolejną rozwój oraz komercjalizacji obiektów miejskich jest stworzenie
dodatkowej infrastruktury w ich otoczeniu.

Komercjalizacja obiektów miejskich

Otoczenie dalsze terytorialnie -

Infrastruktura ogólna miasta

Otoczenie bliskie terytorialnie

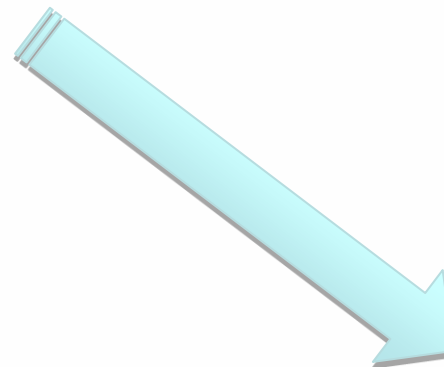


Komercjalizacja obiektów miejskich



Nieruchomość

Obiekt miejski ... jako ????



Przedsiębiorstwo

Cel główny – organizować
jak największą liczbę wydarzeń

Komercjalizacja obiektów miejskich



Jako nieruchomość?

Cel główny – wynajem „stały”
powierzchni

Jako przedsiębiorstwo?

Cel główny – organizować
jak największą liczbę wydarzeń

Komercjalizacja obiektów miejskich



12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

www.kongresturystyki.pl

Komercjalizacja obiektów miejskich



Ale UWAGA!!!

Oto treść pierwszych zdań Prezydenta Miasta w Polsce
na folderze reklamującym obiekt sportowy w jego własnym mieście

**EKSCYTACJA – TO SŁOWO NAJLEPIEJ ODDAJE EMOCJE,
JAKIE TOWARZYSZĄ MI W CZASIE REALIZACJI TEJ
INWESTYCJI. STADION TO PRZECIEŻ OGROMNE EMOCJE,
A ŚWIADOMOŚĆ, ŻE JUŻ ZA KILKA MIESIĘCY JEGO BUDOWA
ZOSTANIE ZAKOŃCZONA TYLKO TEN STAN POTĘGUJE.
STADION BĘDZIE WIZYTÓWKĄ MIASTA I KOLEJNYM
ARCHITEKTONICZNYM SYMBOLEM REGIONU.**

- A więc miała być
 - nowoczesna **komercyjna** nieruchomość
- A nawet miało to być nawet
 - przedsiębiorstwo

... A może stać się ...

**„architektonicznym symbolem regionu”
?!**



Komercjalizacja obiektów miejskich

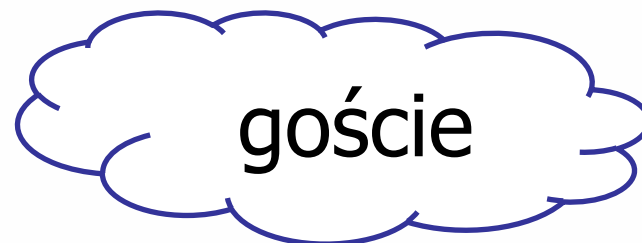
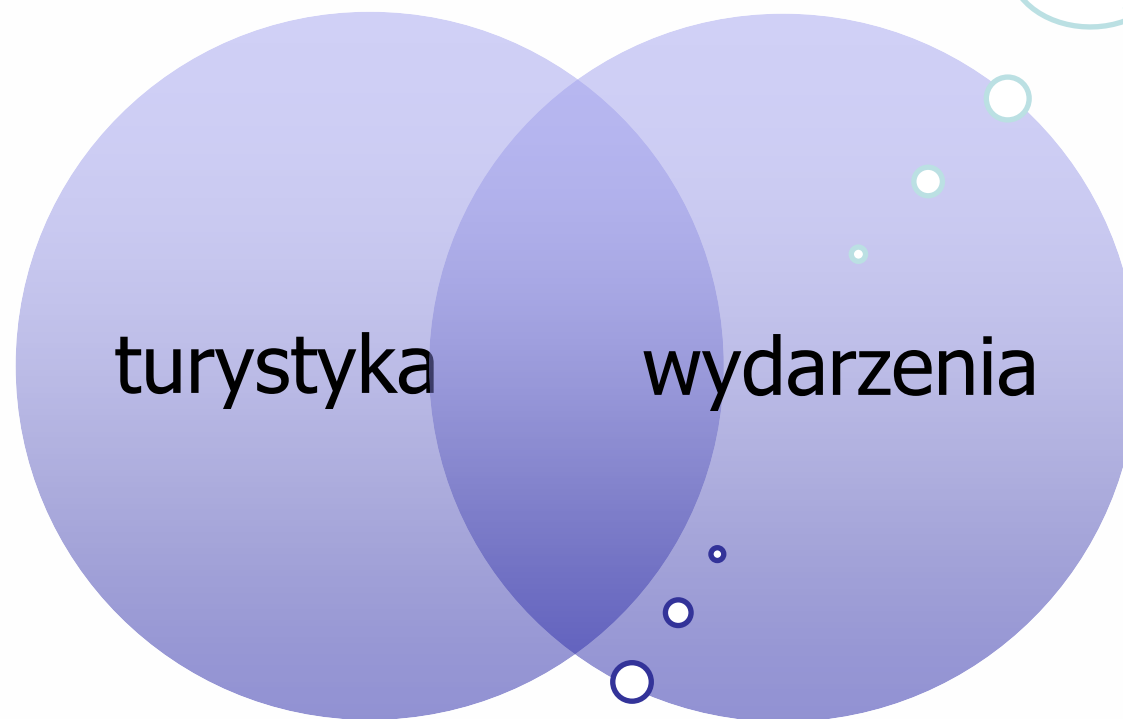


Jako nieruchomość?

Cel główny – wynajem „stały”
powierzchni

Jako przedsiębiorstwo?

Cel główny – organizować
jak największą liczbę wydarzeń



Komercjalizacja obiektów miejskich




Komercjalizacja obiektów miejskich



Komercjalizacja obiektów miejskich



Wiadomości › Regionalne › Śląsk

19 sty 14 07:04 

Teatr Śląski będzie prezentował spektakle z napisami w języku angielskim

"Lot nad kukułczym gniazdem" będzie pierwszym spektaklem z repertuaru Teatru Śląskiego w Katowicach, który zostanie zaprezentowany z napisami w języku angielskim - poinformował teatr. Ma to umożliwić obcokrajowcom oglądanie przedstawień.

Komercjalizacja obiektów miejskich



W piątek rusza czwarta scena Teatru Śląskiego w Katowicach – scena dodajmy w miejscu nietypowym, bo galerii handlowej, a dokładniej Galerii Katowickiej. Repertuar jest już gotowy na listopad i grudzień. Planowanych jest tu około 20 wydarzeń, w tym trzy premiery. Przestrzeń tę zainauguruje piątkowy spektakl – i przy okazji premiera - „Kamienie”.

Scena w Galerii powstała w ramach realizowanego przez Galerię Katowicką oraz katowickie instytucje kultury projekt Wyższy Poziom. Scena – pierwsza stała scena teatralna w Polsce zlokalizowana w przestrzeni komercyjnej - jest czwartą sceną Teatru Śląskiego, co ciekawe drugą pod względem pojemności, bo na tutejszej widowni zaplanowano 200 miejsc, to dwa razy więcej niż liczy widownia Sceny Kameralnej, czy sceny w Malarni.

Komercjalizacja obiektów miejskich



Rozciąganie produktu

Szerokie spojrzenie na produkt

Instytucjonalizowanie produktu

Szeroki kontekst społeczny



12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

www.kongresturystyki.pl

Komercjalizacja obiektów miejskich



Rozciąganie produktu

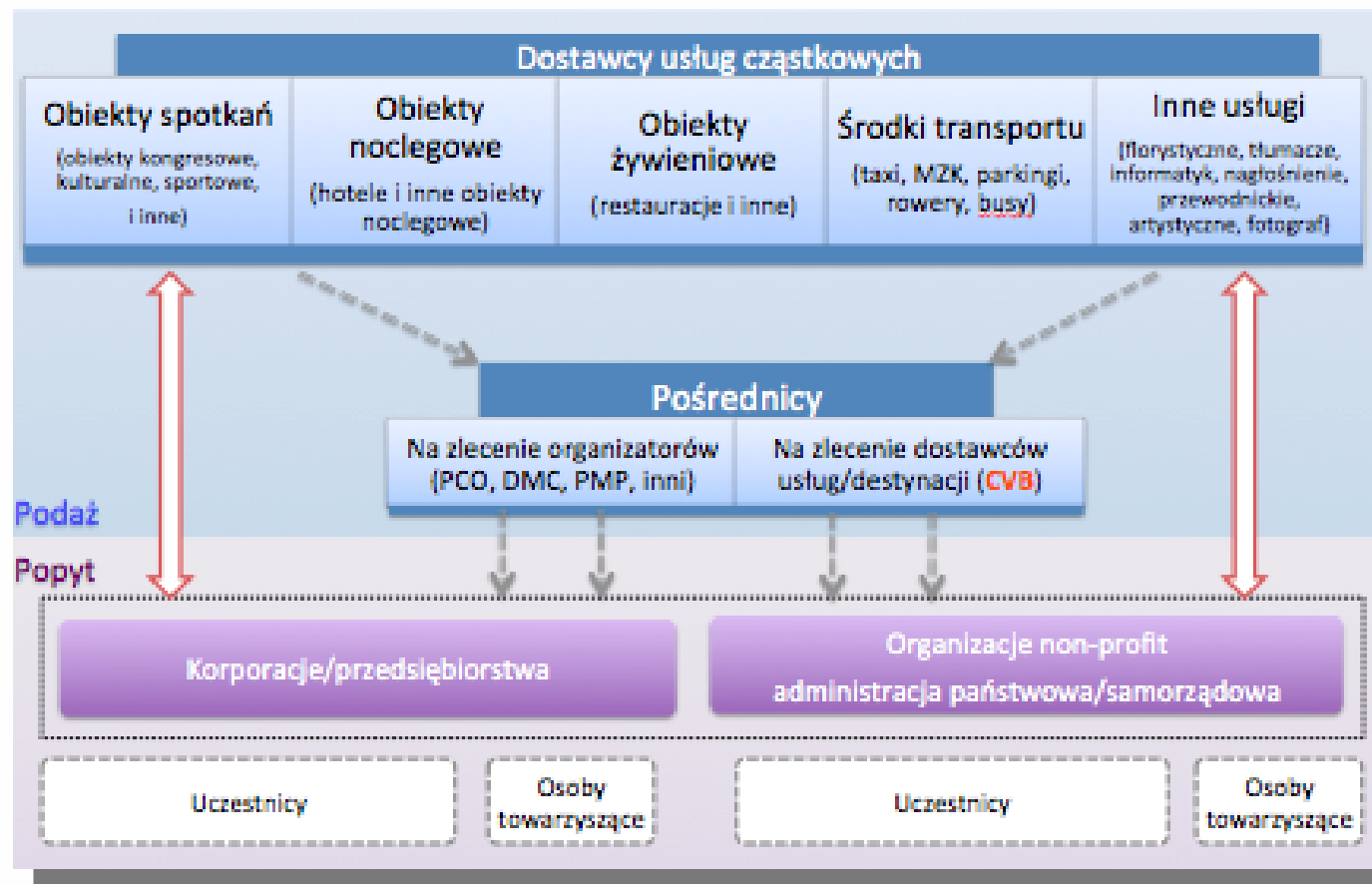
Szerokie spojrzenie na produkt

Instytucjonalizowanie produktu

Szeroki kontekst społeczny

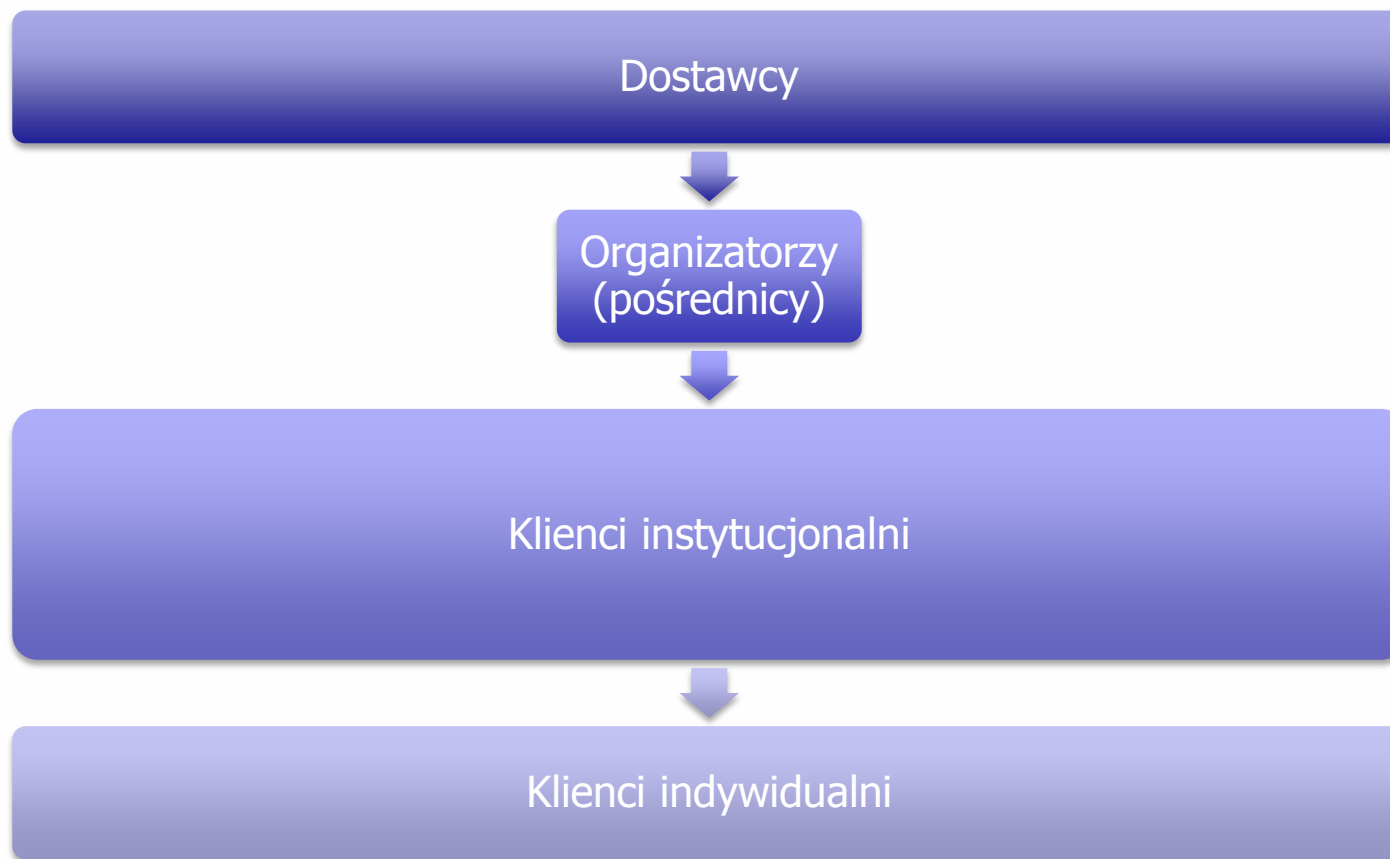


Komercjalizacja obiektów miejskich



źródło: K. Cieślowski : *Rynek turystyki konferencyjnej. Tom I. Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie*. AWF Katowice 2014

Komercjalizacja obiektów miejskich

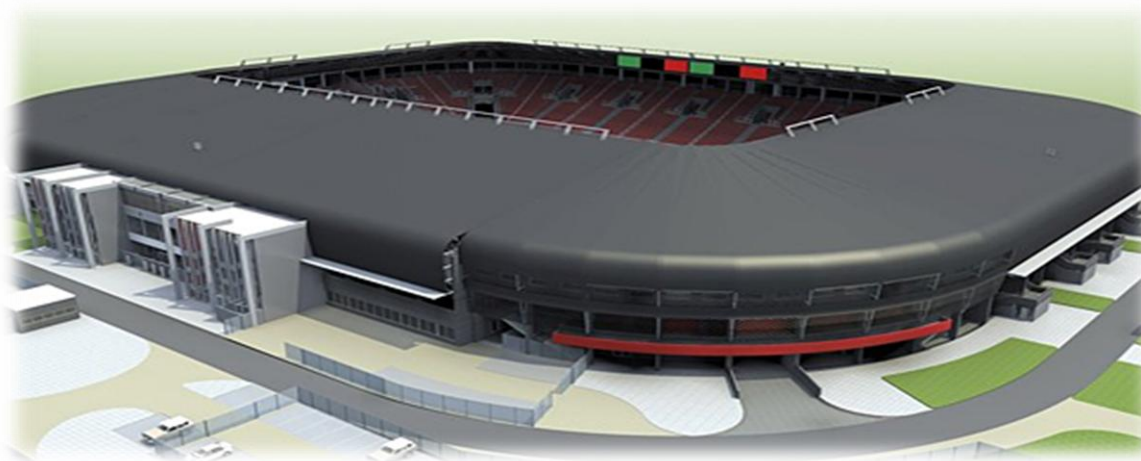


Komercjalizacja obiektów miejskich



Widowiska sportowe (kilku dyscyplin sportowych)

Imprezy zamknięte



Koncerty i spektakle

Targi i wystawy

Zwiedzanie obiektu

Zajęcia dodatkowe sportowe - prywatne

12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

www.kongresturystyki.pl

Komercjalizacja obiektów miejskich



Obiekt miejski ... jako ????

Nieruchomość

Przedsiębiorstwo



Komercjalizacja obiektów miejskich



- Komercjalizacja – znaczenie współczesne
- Obiekt miejski (sportowy, kulturalny, biznesowy)
 - ... i jego produkt
- Cele komercjalizacji współczesnych obiektów miejskich
 - Korzystny **wynik finansowy** (pokrycie kosztów utrzymania, wypracowanie zysku, wysokie przychody, itp.)
 - **Promocyjne korzyści** dla miasta/ sponsora/ właściciela
- **Wynik finansowy – czyli duże liczby wydarzeń i odwiedzających; sponsor tytularny**
 - **USA**
 - **Niemcy**
 - **... polskie obiekty?**

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**

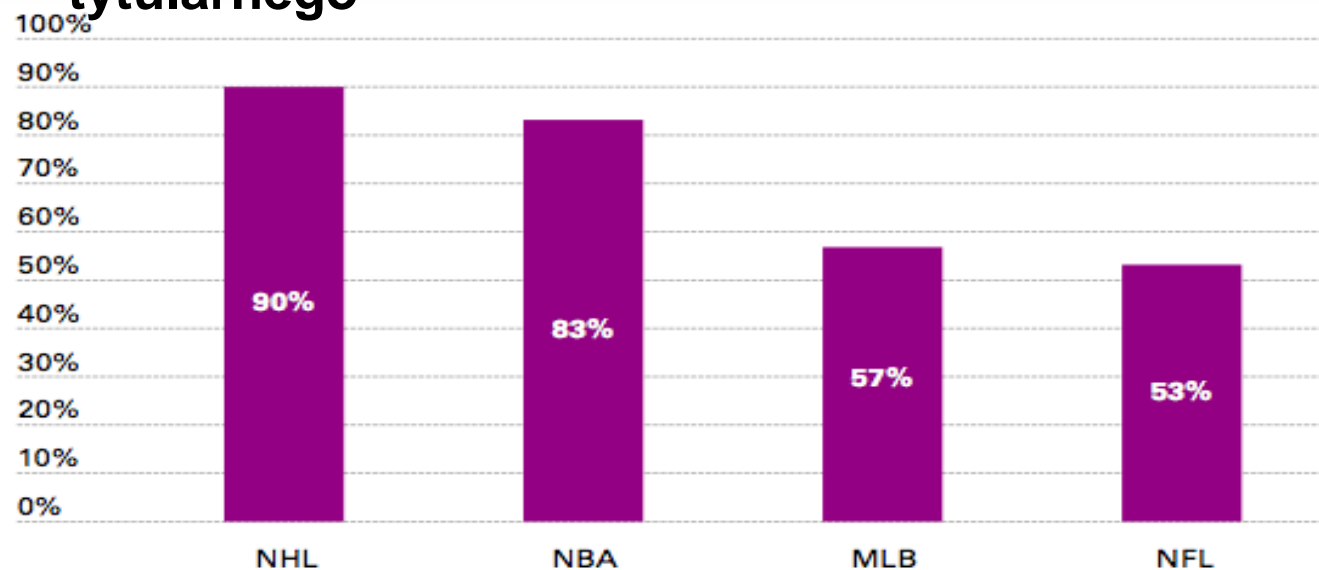


12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

www.kongresturystyki.pl

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**

Obiekty sportowe w USA posiadające sponsora tytularnego



NHL - National Hockey League
NBA - National Basketball Association
MLB - Major League Baseball
NFL - National Football League

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**

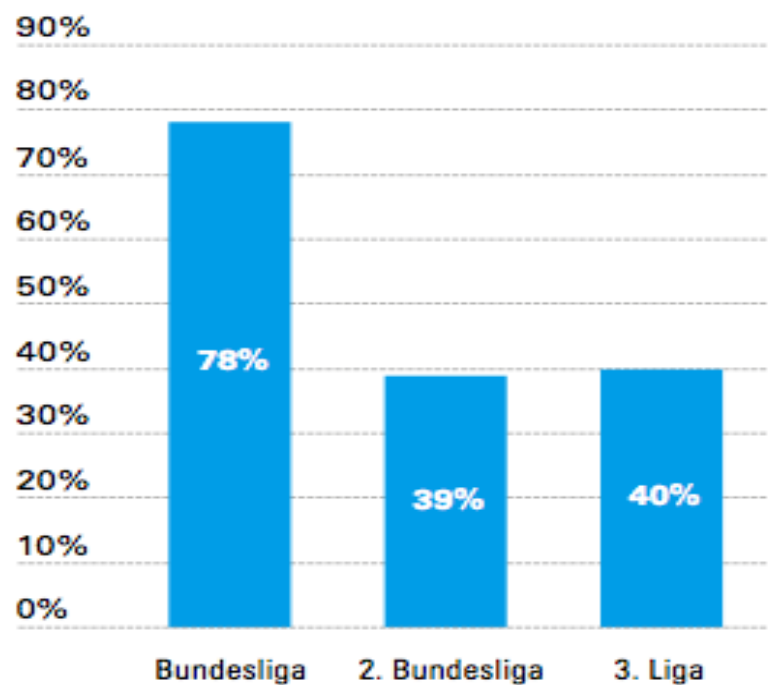


12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

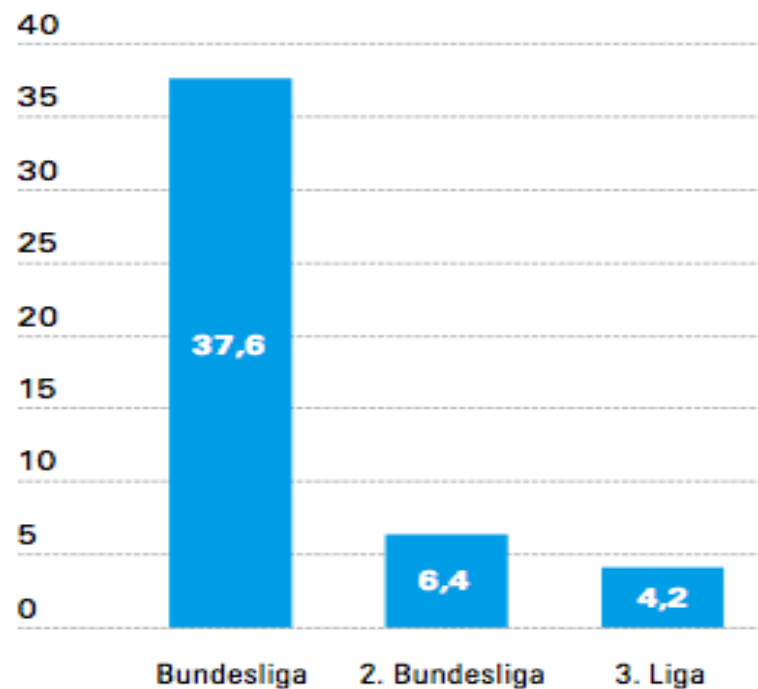
www.kongresturystyki.pl

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**

Odsetek klubów, które występują na stadionie posiadającym sponsora tytularnego



Roczna wartość umów *naming rights* w niemieckich ligach piłkarskich w sezonie 2009/2010 w milionach euro



Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**



Stadiony w Niemczech z największą liczbą odwiedzających obiekt w 2014 roku

stadion	miasto	odwiedzających
Veltins Arena	Gelsenkirchen	2 366 568
Allianz Arena	Monachium	2 138 091
Signal Iduna Park	Dortmund	1 812 769
Allianz Arena	Frankfurt	1 602 293
Imtech Arena	Hamburg	1 539 500

Źródło: Stadionwelt „INSIDE”, luty 2015

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**



W najnowszej edycji rankingu odwiedzin niemiecki Stadionwelt „INSIDE” pokazuje nieoczekiwaną zmianę miejsc:

na pierwszym miejscu listy **najliczniej odwiedzanych** stadionów znajduje się
Veltins Arena w Gelsenkirchen!!!

Liczba gości: **2 366 568** osób

W tym **35%** czyli **807 332 osoby**

były na imprezach innych niż sportowe (kulturalnych i biznesowych)

Stadion wyprzedził dotychczasowego lidera, Allianz Arenę.

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**

VELTINS



12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

www.kongresturystyki.pl

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**



12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

www.kongresturystyki.pl

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**



12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

www.kongresturystyki.pl

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**

Lp.	Rodzaje imprez w 2014 roku w SPODKU	Liczba osób	%
1.	Imprezy sportowe	267 606	54,71%
2.	Koncerty/imprezy estradowe/spektakle/rewie	107 500	21,97%
3.	Imprezy targowo-wystawiennicze	85 000	17,37%
4.	Inne	29 000	5,92%
	suma	489 106	100%



Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**

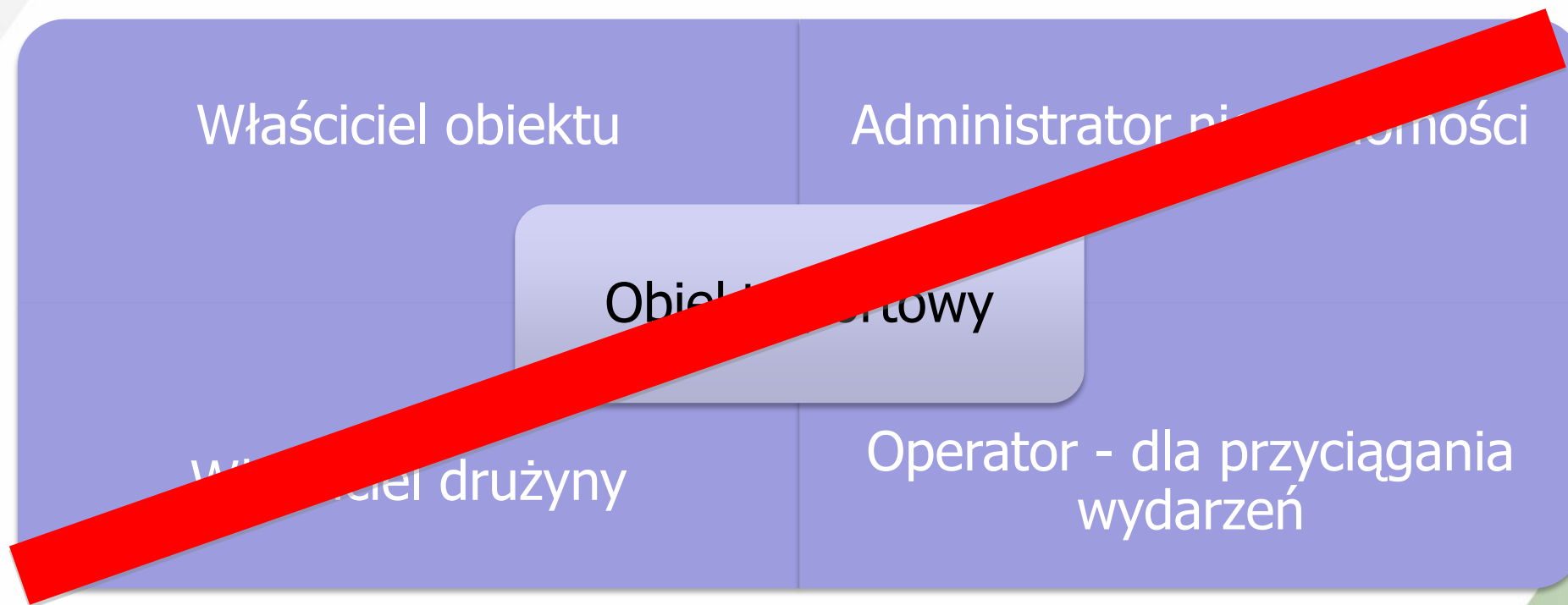


Dlaczego tym obiektom się udało?

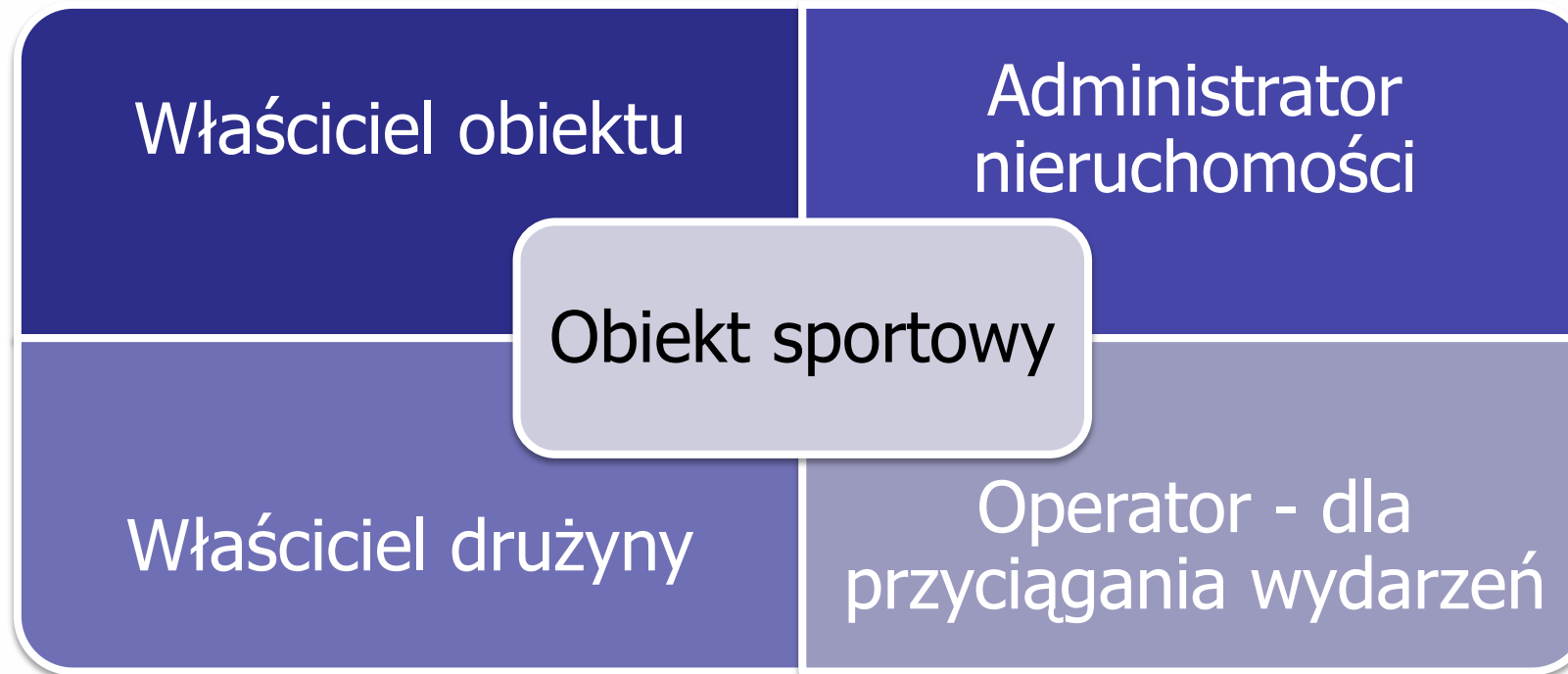
... **bo obiekty sportowe** to podmioty także, a może przede wszystkim
na rynku instytucjonalnym

a wtedy ...

Komercjalizacja obiektów **SPORTOWYCH**



Komercjalizacja obiektów miejskich



Komercjalizacja obiektów miejskich



Dlaczego tym obiektom się udało?

... bo **obiekty sportowe, a także inne miejskie** to prawdopodobnie podmioty przede wszystkim na rynku instytucjonalnym

Więc powinny być nowocześnie zarządzane:

Komercjalizacja obiektów miejskich

... **obiekty miejskie**

muszą dzisiaj być zarządzane:

- T**ransparentnie (decyzje podejmowane w oparciu o fakty i liczby)
- K**ompetentnie (specjalizacja w podejmowaniu decyzji i brak konfliktu interesów)
- O**dpowiedzialnie (odpowiedzialność personalna na najwyższym szczeblu w kontaktach z klientami)



Komercjalizacja obiektów miejskich



Dlaczego im się udało?

... bo obiekty miejskie **dzisiaj** to przede wszystkim **miejsca spotkań** ...



12-14 X 2016 | ŚWIDNICA

www.kongresturystyki.pl

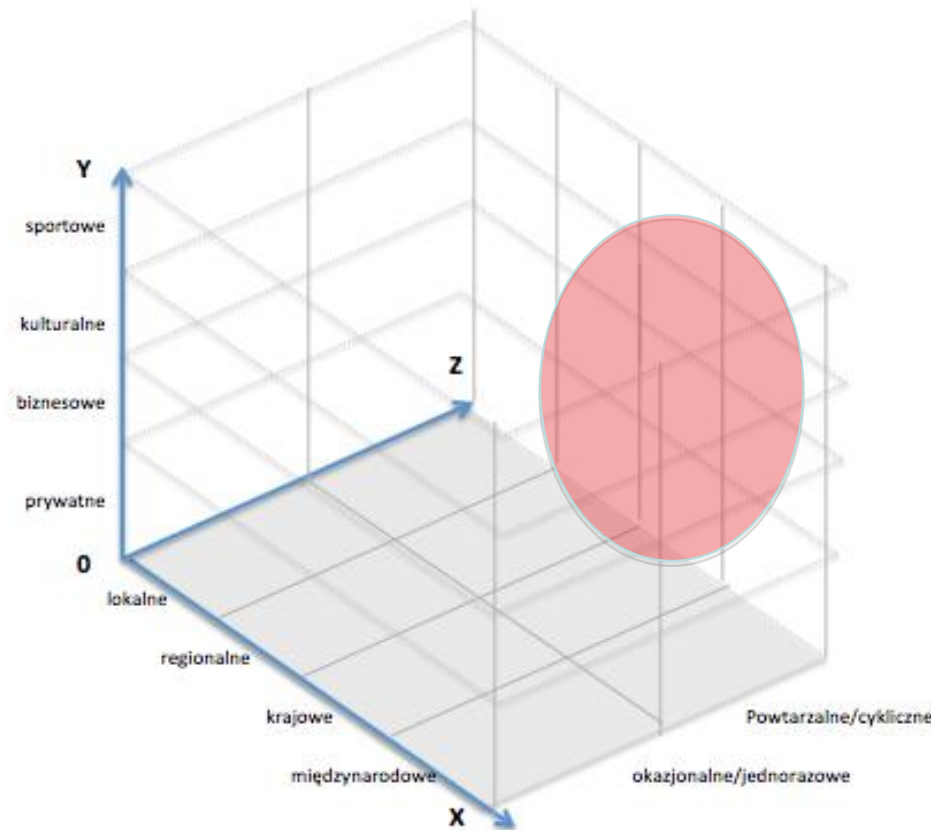
Komercjalizacja obiektów miejskich

przestrzenny zasięg oddziaływania wydarzenia - oś „X” (lokalne, regionalne, **ogólnokrajowe**, **międzynarodowe**)

tematykę - główny cel organizatora
oś „Y”

- prywatne/zamknięte;
- **biznesowe/ gospodarcze**;
- **kulturalne**;
- **sportowe**)

częstotliwość realizacji wydarzeń –
oś „Z” (jednorazowe/okazjonalne, **powtarzalne/cykliczne**)



Źródło: opracowanie własne na podstawie K. Cieślikowski, J. Kantyka J. (2015), *Wykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic*, [w:] Marketing miejsc - teraźniejszość czy przyszłość, Zeszyty Naukowe, Uczelnia Vistula, Warszawa

Komercjalizacja obiektów miejskich w aspekcie rozwoju turystyki

dr Krzysztof Cieślikowski
adiunkt

Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką, AWF Katowice
k.cieslikowski@awf.katowice.pl