

„Czarny sport” w górniczych barwach

Utworzono: czwartek, 04 kwietnia 2019

Źródło: Trybuna Górnicza

Żuźlowcy Klubu Sportowego ROW Rybnik będą ścigać się pod barwami Polskiej Grupy Górniczej, która została sponsorem tytularnym legendarnej drużyny „czarnego sportu” - poinformował rybnicki klub we wtorek, 2 kwietnia.

- Bardzo się cieszę, że udało nam się pozytywnie zakończyć rozmowy z władzami Polskiej Grupy Górniczej. Nie mam wątpliwości, że współpraca będzie korzystna dla obu stron i mam nadzieję, że będzie kontynuowana w latach kolejnych - mówi Krzysztof Mrozek, prezes ROW Rybnik SA i podkreśla, że nowy sponsor to jedna z największych firm wydobywczych w Europie, z 35-tysięczną załogą i kopalniami, wśród których dwa zakłady – Jankowice i Chwałowice – fedrują w Rybniku.

- Zainteresowanie tak dużego podmiotu jest dowodem, że praca, jaką wykonujemy w Rybniku, przynosi pozytywne efekty i jest zauważana. To sukces całego rybnickiego środowiska żuźlowego i wspaniałych kibiców, którzy są z drużyną na dobre i na złe - mówi Krzysztof Mrozek, dodając że PGG wspiera też piłkarzy Górnika Zabrze.

Rybnicki klub 12 razy zdobywał złoty medal mistrzostw Polski, jest (po Unii Leszno) drugim najbardziej utytułowanym klubem żuźlowym w Polsce. Sława rybnickiego żuźla zaczęła się od 1932 r., gdy powstał Rybnicki Klub Motocyklowy. Złota passa rybniczian przypada na lata 1956-1972, gdy na żuźlu ścigali się tak legendarni zawodnicy, jak Joachim Maj, Andrzej i Stanisław Tkoczowie, Andrzej Wyglenda czy Antoni Woryna. Dzisiaj „czarny sport” ciągle ma spory potencjał, również promocyjny: mecze transmitują kanały Polsatu, TVP Katowice i TV Eleven, a wydarzenia skupiają przed telewizorami od 130 do 180 tys. widzów. Trybuny w Rybniku w sezonie 2018 zgromadziły aż 98 tys. kibiców (średnio 9,7 tys. osób na wyścig). Klub szacuje, że wartość rynkowa publikacji o rybnickim żuźlu wynosi ponad 37 mln zł, z czego w internecie 22 mln zł. W ofercie sponsorskiej przed podpisaniem umowy z PGG zaangażowanie sponsora tytularnego wyceniano na ok. 500 tys. zł rocznie.

W komentarzach na portalach sportowych zwrócono uwagę, że pozyskanie PGG jest osiągnięciem prezesa KS ROW Rybnik, którego krytykowano w minionych latach za brak sponsora tytularnego dla klubu. „Opłaciła się taktyka czekania na dobrego partnera. Prezes w swoim stylu żartuje, że przecież nie mógł wpuścić do nazwy jakiegoś kiosku czy sklepu warzywnego” - napisał portal Sportowe Fakty Wirtualnej Polski, cytując Krzysztofa Mrozka: „Od początku było dla mnie jasne, że nie możemy sprzedać nazwy za trzy złote. Cierpliwość się opłaciła, bo pozyskaliśmy do nazwy spółkę będącą największym producentem węgla kamiennego w Unii Europejskiej”.

