



„Dobrych pomysłów nie wyrzuca się do kosza

Trzy pytania do **Tomasza Młynarczyka**, nowego prezesa Górnika Zabrze

MK: Od czego zaczął Pan porządk w klubie?

Wdrażany jest plan naprawczy. Pierwszy ruch ku temu został już poczyniony. Spółka Stadion w Zabrzu została bowiem dokapitalizowana przez gminę. Górnik jak najszybciej powinien zacząć zarabiać na sprzedaży zawodników. W Zabrzu przez ostatnie lata, jakby zapomniano o tej polityce, a przecież jest to standard we wszystkich ligach europejskich. Trudno jednak od razu, w tydzień, czy dwa oczekiwać cudów. W Górniku pracuję od końca stycznia, od kiedy powierzono mi stanowisko wiceprezesa, z dnia na dzień stałem się pierwszym sternikiem. Cały czas uczę się klubu, bo nikt z nas nie jest przecież wszechwiedzący. Wiele spraw nie leżało do tej pory w moich kompetencjach. Zamierzam wykorzystać swoje doświadczenie zawodowe. Udało mi się zbudować jedną z większych kancelarii prawnych w regionie. Wierzę, że uda się również w Górniku, który jest przecież w świecie futbolu, uznaną marką, co powinno ułatwić zadanie.

MK: Kibiców w Zabrzu na szczęście nie trzeba siłą cią-

gnąć na stadion...

Trzeba wzmocnić politykę związaną z kontaktami z potencjalnymi sponsorami, reklamodawcami. Uważam, że powinniśmy powierzyć ją zewnętrznemu podmiotowi, firmie, która pozyskiwałaby te podmioty do współpracy z Górnikiem w zamian za prowizję. Rozmawiam w tym temacie z dużą niemiecką agencją, świadcząca tego typu usługi dla jednego z klubów Bundesligi. Zamierzam podjąć działania, których efektem będzie obecność zabrańskiego biznesu na banerach reklamowych i stadionowych sky-boksach. Tym bardziej, że nowy stadion, który powstanie, powinien być dla reklamodawców silnym magnesem.

MK: Będzie Pan realizował choć część pomysłów swojego poprzednika, Łukasza Mazura?

Łukasz Mazur jest człowiekiem niezwykle oddanym Górnikowi, w wielu aspektach mamy podobne zdanie. Barierą okazał się jego konflikt z głównym udziałowcem klubu, do czego proszę wybaczyć, ale nie zamierzam się odnosić,

Tomasz Młynarczyk (ur. w 1965 r.) - jest absolwentem Wydziału Prawa Uniwersytetu Śląskiego. Od 1995 roku jest radcą prawnym specjalizującym się w prawie cywilnym, handlowym, finansowym i prawie pracy. W latach 2005-2007 był szefem i sekretarzem Rady Nadzorczej Górnik, a w styczniu 2011 roku został powołany na stanowisko wiceprezesa klubu. Jest też Sekretarzem w Radzie Gospodarczej przy prezydencie miasta Zabrze. Kocha Górnik i futbol, a w wolnych chwilach relaksuje się na nartach.



bo nie są to kwestie, które mnie w jakikolwiek sposób dotyczą. Jednym z autorskich pomysłów prezesa Mazura była idea przejęcia przez klub w aporcie terenów, położonych również poza

Zabrzem, na których miałyby powstać ośrodki treningowe. Posiadanie majątku w postaci gruntów gwarantuje zdolność kredytową z myślą o prowadzonej działalności. To dobry pomysł, a dobrych

pomysłów nie wyrzuca się do kosza. Z tą różnicą, że należy wprowadzić je w życie może nieco spokojniej. Warto też jednak zastanowić się nad wykorzystaniem jako ogólnie

rozumianego ośrodka treningowego Górnik istniejącej już miejskiej infrastruktury sportowej.

Rozmawiał: Marcin Król

Wybierz imię maskotce Górnik Zabrze

Nam podoba się „Hajer“. A wam?

Jak to możliwe, że Górnik dorobił się 14 tytułów mistrza Polski, a maskotki nie miał? Zaległości zostały odrobione, bo lepiej późno niż wcale. Teraz trzeba wybrać mu imię.

- Zawsze tego zazdrościłem innym klubom. Na Zachodzie również często pojawiają się maskotki, więc dlaczego nie w Zabrzu na Górniku? - zastanawiał się legendarny piłkarz Górnik, Stanisław Osiłko. Na ubiegłotygodniowej konferencji „śniadaniowej“, nareszcie zaprezentowano maskotkę klubu. Nietrudno się domyślić, że nawiązuje ona do tradycji zespołu. Postać ma górnicze czako (z białym pióropuszem) a w ręce trzyma kilof. Górnik ubrany jest w najpopularniejszą, kraciatą koszulkę kibiców.

- Rozpisaliśmy konkurs na to, jak ma wyglądać maskotka.

Ta propozycja uzyskała największą liczbę głosów naszych sympatyków - wyjaśnił dyrektor wykonawczy Krzysztof Maj.



Jak ma na imię? - Mamy kilka typów, ale będziemy posilkowali się kibicami. Ogłosimy specjalny konkurs na imię - poinformował Bartłomiej Perek, marketingowiec Górnik. Maskotka będzie się pojawiać na meczach przy Roosevelta już od spotkania z Legią Warszawa. Jednak będzie ją można zobaczyć także poza stadionem. - Będziemy ją wykorzystywać w pracy z kibicami. Już po świętach zaczynamy spotkania z najmłodszymi w ramach akcji „Młody Kibic“, którą poszerzamy o wizyty w przedszkolach. Będzie to pierwsza postać, kojarzona z naszym klubem

- podkreśla Perek.

(mar)

Piłkarze śląskich klubów piłkarskich pamiętali o chorych na nowotwory

Różowa wstążka, jako memento

Zawodnicy I ligi i Ekstraklasy, w tym także piłkarze zabrańskiego Górnik w ostatniej kolejce spotkań wystąpili w... różowych sznurówkach. Była to akcja integracji z osobami zmagającymi się z chorobami nowotworowymi.

- Różowe wstążki mają przypominać, jak ważne są badania kontrolne, w tym wykonanie USG. Rak wcześniej wykryty jest w pełni uleczalny - przypominają piłkarze Górnik Zabrze.



Organizatorem i jednocześnie pomysłodawcą akcji był Polski Związek Piłkarzy

- Nowotwór to jedna najpoważniejszych chorób cywilizacyjnych naszych czasów, która, niestety, nie omija także piłkarzy. Wielu z nich miało okazję występować ze zmarłymi Krzysztofem Piszczkiem i Jakubem Ławeckim, którym walki z chorobą nie udało się wygrać. Ta akcja to hołd także dla nich - mówi Marek Pięta, prezes PZP.

- Za każdym razem gdy przy okazji podobnych inicjatyw możemy wykorzystywać ogromny

potencjał i popularność piłkarskiej Ekstraklasy, powinniśmy to czynić. Ta akcja pokazuje solidarność całego środowiska piłkarskiego z osobami walczącymi z chorobami nowotworowymi - dodał

Andrzej Rusko, prezes Ekstraklasy SA (m)

Liczba tygodnia

95 907

tytu widzów obserwowano 8 meczów 22. kolejki ekstraklasy. To rekord w skali krajowej. W tym sezonie właśnie do 22 kolejki ligowe stadiony odwiedziło już 1 510 321 widzów. To daje średnią 8 581 widzów na mecz (rozegrano ich już 176).

Oficjalna frekwencja na stadionach ekstraklasy w 22. kolejce:

Lech Poznań	34 312
Wisła Kraków	18 000
Widzew Łódź	9 600
Arka Gdynia	8 220
Śląsk Wrocław	8 000
Górnik Zabrze	7 896
Zagłębie Lubin	6 879
Polonia Bytom	3 000

Poprzedni rekord frekwencji został ustanowiony w 20. kolejce tego sezonu (90 650 widzów). W całym sezonie 2009/2010 stadiony Ekstraklasy odwiedziło 1 183 156 widzów (średnia na mecz: 5 020 widzów).