



PKO Bank Polski
EKSTRAKLASA

Finansowa Ekstraklasa

Wyniki finansowe klubów piłkarskich
PKO Bank Polski Ekstraklasy za sezon 2024/2025

Spis treści

Kluczowe wnioski	3
Metodyka raportu	4
Jak pokazujemy przychody?	5
Przychody ogółem	8
Transfery	14
Wynagrodzenia	18
Koszty	23
Frekwencja	27
Oglądalność	31
Social Media	36
Ekspansja międzynarodowa	38
Klubowy ranking przychodów	42





Kluczowe wnioski

ŁĄCZNE PRZYCHODY KLUBÓW 1 270 MLN ZŁ

Łączne przychody klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa w sezonie 2024/2025 osiągnęły najwyższy w historii poziom. Po udanym sezonie 2023/2024 trend wzrostowy został utrzymany, a kluby konsekwentnie zwiększają skalę swoich przychodów.

NAJWIĘKSZE WPŁYWY Legia Warszawa

Największe wpływy odnotowała ponownie Legia Warszawa. Klub z Łazienkowskiej osiągnął 231 mln zł przychodów ogółem i 221 mln zł przychodów z podstawowej działalności. Warto zaznaczyć, że Legię od drugiej drużyny w zestawieniu przychodów z podstawowej działalności dzieli aż 112 mln zł.

TRANSFERY WYCHODZĄCE 220 MLN ZŁ

Takie przychody kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa odnotowały z tytułu sprzedaży zawodników. To kolejny rekord w historii ligi.

ŁĄCZNA LICZBA KIBICÓW 3,9 MLN OSÓB

Tyłu kibiców łącznie odwiedziło stadiony klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa w sezonie 2024/2025. Co więcej, aż 10% z nich pojawiło się na trybunach po raz pierwszy.

AKADEMIE PIŁKARSKIE 98 MLN ZŁ

Tyle kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa przeznaczyły na prowadzenie piłkarskich akademii w sezonie 2024/2025.



Metodyka raportu

Przedstawiamy trzecią edycję raportu finansowego sporządzonego przez Grant Thornton przy współpracy z Ekstraklasa SA oraz klubami występującymi w sezonie 2024/2025 w piłkarskiej PKO Bank Polski Ekstraklasie. Dane historyczne do sezonu 2021/2022 włącznie, dotyczące przychodów polskich klubów, zarówno w przypadku danych skumulowanych, jak i poszczególnych zestawień pojedynczych klubów pochodzą z raportu Piłkarska Liga Finansowa – sezon 2021/2022, opublikowanego przez firmę Deloitte.

Dane finansowe zaprezentowane w niniejszym raporcie obejmują okres od 1 lipca 2024 roku do 30 czerwca 2025 roku i odpowiadają rozgrywanemu sezonowi 2024/2025 PKO Bank Polski Ekstraklasa. Informacje finansowe zostały udostępnione przez poszczególne kluby. W sytuacji wystąpienia wątpliwości w stosunku do przedstawionych informacji, były one omawiane bezpośrednio z przedstawicielami klubów piłkarskich w celu możliwie jak najlepszego odzwierciedlenia generowanych przychodów i kosztów, nie były jednak przez Grant Thornton objęte badaniem w rozumieniu Ustawy o biegłych rewidentach ani innych regulacji dotyczących badania sprawozdań finansowych.

Okres porównawczy dla uwzględnionych w ramach analiz beniaminków dotyczy okresu, w którym kluby te grały w 1 Lidze.

Dane w raporcie prezentowane są w zaokrągleniu do milionów złotych. Ewentualne niezgodności matematyczne mogą wynikać z zaokrągleń i nie mają istotnego wpływu na prezentowane dane oraz wnioski w oparciu o poszczególne wartości liczbowe.



Jak pokazujemy przychody?

PRZYCHODY OGÓŁEM

PRZYCHODY Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI

Dzień meczowy

Wpływy ze sprzedaży biletów, karnetów, loży VIP, a także cateringu na stadionie.

Scentralizowane prawa mediowe i marketingowe

Wpływy wynikające z udziału klubu w PKO Bank Polski Ekstraklasie i europejskich pucharach, a więc z transmisji telewizyjnych i radiowych (krajowych i europejskich), otrzymywane bezpośrednio od Ekstraklasy lub pośrednio przez firmy współpracujące z Ekstraklasą, wpływy od UEFA wynikające z płatności solidarnościowych, transmisji, szkolenia, Pro Junior System.

Komercyjne

Wpływy z umów sponsorskich i reklam oraz przychody spoza dnia meczowego, np. muzeum, zwiedzenie stadionu, konferencje, sprzedaż gadżetów klubowych, a także inne przychody, np. dotacje z budżetów miast.

Transfery

Wszelkie wpływy ze sprzedaży zawodników, w tym bonusów wypłacanych po spełnieniu określonych w umowie transferowej warunków.

Szanowni Państwo!

Sezon 2024/2025 PKO Bank Polski Ekstraklasa był wspaniałym widowiskiem piłkarskim i kolejnym ważnym okresem w rozwoju naszej ligi. Po raz dziewiąty w historii tytuł Mistrza Polski wywalczył Lech Poznań. Na podium towarzyszyły mu Raków Częstochowa i Jagiellonia Białystok. Powiększyło się też grono drużyn aspirujących do najwyższych miejsc, dzięki czemu rywalizacja w lidze jest coraz bardziej emocjonująca.

Rozwój sportowy idzie w parze z rosnącą siłą biznesową naszej ligi. W wymiarze finansowym sezon 2024/2025 przyniósł wyniki, które mogą być powodem do dumy całej ligi i poszczególnych klubów. Łączne przychody 18 klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa osiągnęły rekordowy poziom 1,27 mld zł, czyli były o 102 mln zł wyższe niż sezon wcześniej. Liderem klubowej tabeli w raporcie „Finansowa Ekstraklasa”, przygotowanym przez Grant Thornton we współpracy z Ekstraklasą SA, po raz kolejny jest Legia Warszawa, w tym roku z przychodami w wysokości 231 mln zł. Na drugim miejscu uplasował się Lech Poznań, a na trzecim Raków Częstochowa – przychody każdego z tych klubów przekroczyły 100 mln zł.

Co ważne, notowane wzrosty w sezonie 2024/2025 dotyczyły wszystkich kategorii przychodowych, pokazując rosnącą kondycję finansową naszej ligi. Fundamentem klubowych wpływów były scentralizowane krajowe prawa mediowe i marketingowe, sprzedawane przez Ekstraklasę SA. Dzięki skutecznej strategii i współdziałaniu kluby otrzymały z tego tytułu rekordowe 298 mln zł. Co więcej, był to kolejny rok z rzędu wzrostu wypłat z ligowej spółki. W powiązaniu z sukcesami ekstraklasowych drużyn w pucharach europejskich, łączne przychody klubów w kategorii praw mediowych i marketingowych za sezon 2024/2025 wyniosły 428 mln zł.



Marcin Animucki

Prezes Ekstraklasa SA

Na szczególną uwagę zasługują także przychody transferowe, które sięgnęły rekordowych 220 mln zł. Warto zauważyć, że coraz większą wartość stanowią wpływy za transfery wewnętrzne. Świadczy to o rosnącej atrakcyjności polskiego rynku piłkarskiego i zdolności naszych klubów do zatrzymywania utalentowanych piłkarzy w kraju. W tym kontekście równie ważnym elementem długofalowego rozwoju polskiej piłki klubowej, ale i reprezentacyjnej, są inwestycje w szkolenie młodzieży. W sezonie 2024/2025 kluby przeznaczyły na swoje akademie blisko 100 mln zł, z czego ponad 1/4 pochodziła z budżetu Ekstraklasa SA.

Umacniając się z roku na rok pozycja finansowa klubów, zyskujących coraz większe środki na rozwój poprzez Ekstraklasę, ale i coraz skuteczniejszych w samodzielnym generowaniu przychodów przekłada się na sukcesy sportowe naszych drużyn. Najbardziej spektakularnym efektem tego jest awans Polski na 15. miejsce w rankingu klubowym UEFA. Co szczególnie cieszy i pozwala optymistycznie patrzeć w przyszłość, rywalizację silnych ekstraklasowych drużyn chce śledzić też coraz więcej fanów - w sezonie 2024/2025 po raz kolejny wzrosła frekwencja na stadionach oraz oglądalność telewizyjna.

Jesteśmy dumni z tych osiągnięć, a w szczególności dynamicznego wzrostu pozycji naszej ligi w europejskim futbolu. Dziękuję klubom, drużynom, kibicom i partnerom biznesowym za wkład w ten sukces. Zachęcam jednocześnie do lektury raportu „Finansowa Ekstraklasa”, który szczegółowo prezentuje sytuację finansową ligi oraz 18 klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa w sezonie 2024/2025.



O Grant Thornton

Firma audytorsko-doradcza Grant Thornton po raz trzeci przygotowuje raport na temat finansów klubów piłkarskich wspólnie z Ekstraklasą. Na polskim rynku działamy już od 32 lat. Obsługujemy rocznie około 2,7 tys. Klientów, w tym największe organizacje sportowe.

Czym się zajmujemy?

Audyt

Podatki

Wyceny

Transakcje kapitałowe

Prawo

Dotacje unijne

Outsourcing płac i kadr

Outsourcing księgowości

Outsourcing IT

Cyberbezpieczeństwo

User Experience

140

państw

72 tys.

pracowników na świecie

1200

pracowników w Polsce

32 lat

doświadczenia na polskim rynku

2,7 tys.

klientów obsługiwanych rocznie w Polsce

Liderzy wsparcia dla branży sport

Grant Thornton w Polsce i na świecie od lat doradza organizacjom sportowym. Wspieramy również **kluby piłkarskie** w projektach obejmujących **doradztwo podatkowe, wyceny spółek i naming rights, sprzedaż i transakcje m&a, due diligence**, a także **finansowanie rozwoju**.

Jesteśmy audytorem największych związków sportowych: **Polskiego Związku Piłki Nożnej, Polskiego Związku Piłki Siatkowej, Związku Piłki Ręcznej w Polsce**

Nadzorujemy też proces licencyjny w **Polskiej Lidze Siatkówki** oraz jesteśmy jej Partnerem.

Dowiedz się jak możemy wesprzeć Twój Klub



Szymon Laszewicz

Lider branży Sport

T +48 506 401 565

E szymon.laszewicz@pl.gt.com

Przychody ogółem

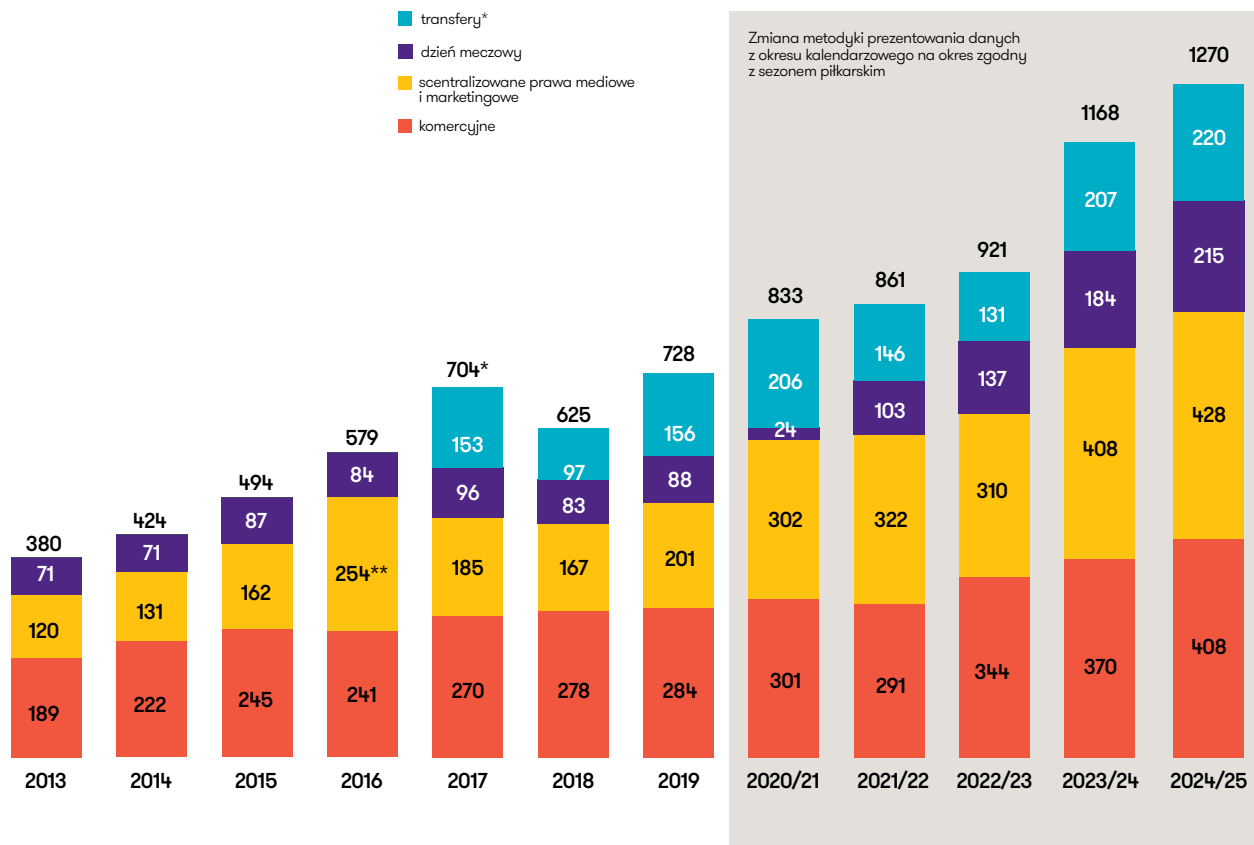
Kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa ponownie ustanowiły przychodowy rekord. W sezonie 2024/2025 osiągnęły ponad 1,27 mld zł wpływów, czyli o 102 mln zł więcej niż przed rokiem.

Sezon 2024/2025 to kolejny z rzędu bardzo dobry biznesowo okres w wykonaniu klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa. Ich przychody wyniosły 1 270 mln zł. To o 9% więcej niż przed rokiem i ponad dwukrotnie więcej niż jeszcze kilka lat temu.

Na rekordowe przychody złożył się wzrost wartości w każdym obszarze działalności klubów. W sezonie 2024/2025 przychody z dnia meczowego wzrosły o blisko 17%, przychody komercyjne (umowy zawierane indywidualnie przez dany klub) o 9%, a wpływy ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych (czyli z kontraktów zawieranych w imieniu wszystkich klubów przez ligę oraz od UEFA) o 5%. Przychody z transferów natomiast wzrosły o ponad 6%, dzięki czemu pobity został zeszłoroczny rekord.

Podobnie jak przed rokiem, największym źródłem przychodów pozostają scentralizowane prawa mediowe i marketingowe (428 mln zł).

Przychody klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa w podziale na segmenty w sezonie 2024/2025 (mln zł)



* Ze względu na brak porównywalnych danych, przychody transferowe zostały ujęte wyłącznie od roku 2017 roku

** Znaczący wzrost przychodów ze scentralizowanych praw marketingowych i mediowych w sezonie 2016/17 wynikał z gry Legii Warszawa w Lidze Mistrzów



Podium bez zmian

Legia Warszawa utrzymuje pozycję lidera z przychodami na poziomie **230,9 mln zł**. W porównaniu z poprzednim sezonem przychody ogółem klubu spadły, głównie z powodu niższych wpływów transferowych, jednak Wojskowi pozostali na czele rankingu dzięki wysokim przychodom z UEFA za udział w rozgrywkach europejskich.

Lech Poznań po dwóch sezonach przerwy ponownie zdobył tytuł **Mistrza Polski** i utrzymał się na drugim miejscu w rankingu, osiągając przychody na poziomie **145,3 mln zł**. Kolejoraz odnotował wzrost przychodów z działalności podstawowej oraz jedno z najwyższych wpływów transferowych w lidze, co pozwoliło mu na utrzymanie swojego miejsca w rankingu i zmniejszenie straty do Legii.

Podium zestawienia ponownie zamyka **Raków Częstochowa** z przychodami na poziomie **142,9 mln zł**. Mimo niższych wpływów z działalności podstawowej w sezonie 2024/2025, klub zrekompensował je najwyższymi w lidze przychodami transferowymi, co zagwarantowało utrzymanie trzeciej pozycji w zestawieniu.

Jagiellonia Białystok ponad dwukrotnie zwiększyła swoje przychody z sezonu na sezon, osiągając poziom **129,2 mln zł** i zbliżając się tym samym do podium zestawienia. Na wysoki wynik złożyły się drugie co do wielkości w lidze przychody z działalności podstawowej. Wpływ na imponujący wzrost miał m.in. dobry występ Białostoczan w rozgrywkach europejskich. Ostatecznie jednak, ze względu na niższe niż w przypadku Rakowa i Lecha wpływy transferowe, klub uplasował się tuż za podium.

Warto zauważyć, że **aż cztery kluby** wygenerowały przychody powyżej 100 mln zł. Przed rokiem były to trzy kluby, a dwa lata temu - jedynie dwa.

Ranking przychodów ogółem (z uwzględnieniem transferów) w sezonie 2024/2025 (mln zł)

Miejsce w rankingu	Klub	Przychody ogółem (mln zł)
1	Legia Warszawa	230,9
2	Lech Poznań	145,3
3	Raków Częstochowa	142,9
4	Jagiellonia Białystok	129,2
5	Pogoń Szczecin	78,4
6	Cracovia	64,3
7	Widzew Łódź	64,1
8	Śląsk Wrocław	60,4
9	Górnik Zabrze	57,5
10	KGHM Zagłębie Lubin	48,1
11	Piast Gliwice	41,9
12	Motor Lublin	41,3
13	Korona Kielce	33,9
14	Lechia Gdańsk	33,3
15	GKS Katowice	31,0
16	Radomiak Radom	26,6
17	Stal Mielec	26,1
18	Puszcza Niepołomice	15,2



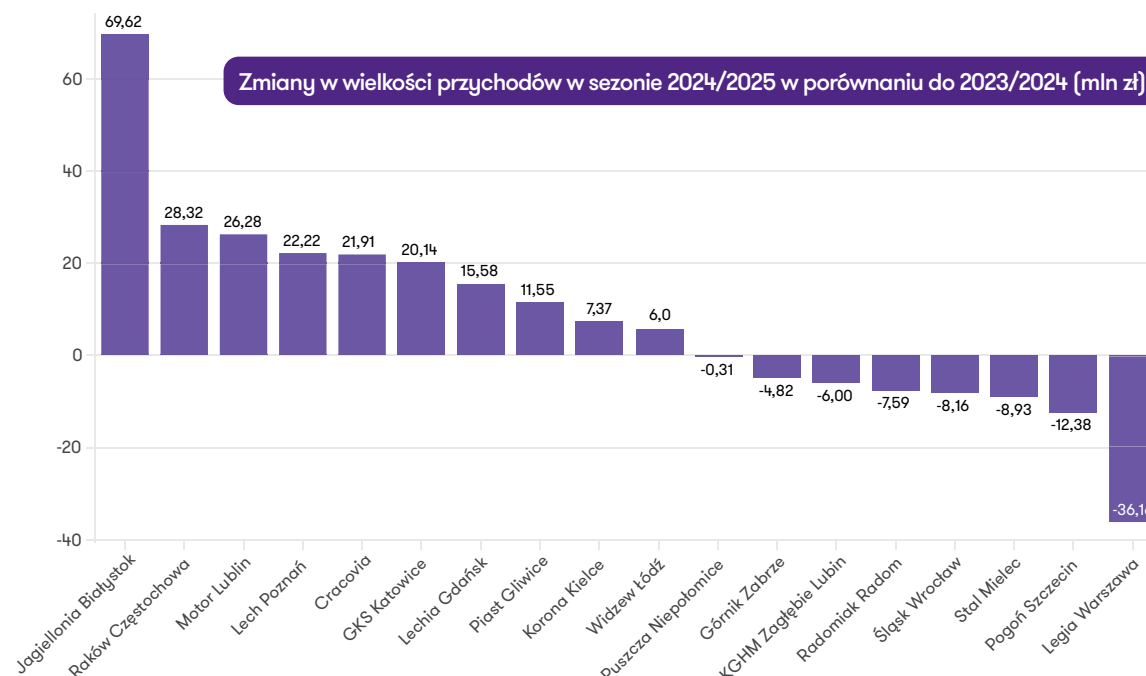
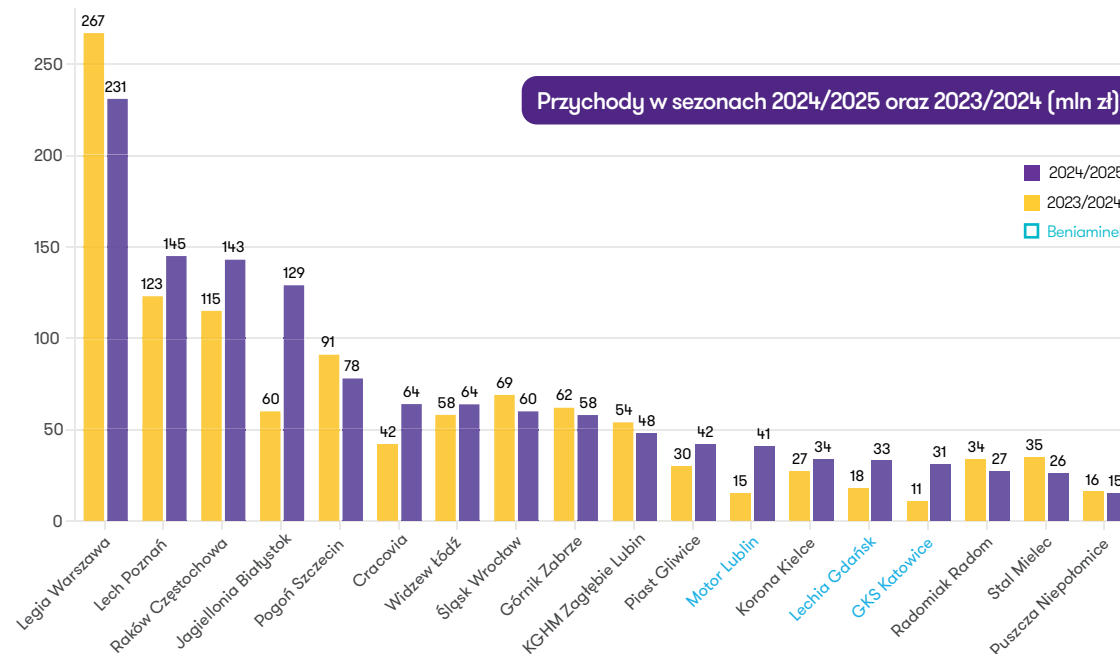
Zmiany w porównaniu z poprzednim sezonem

Poziom przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa nadal jest zróżnicowany. Przychody pierwszej piątki 2024/2025 stanowiły w ostatnim sezonie ponad 57% całkowitych przychodów PKO Bank Polski Ekstraklasa, czyli 0,5 pkt proc. więcej niż przed rokiem i 3 pkt proc. więcej niż dwa lata temu.

Sezon 2024/2025 wyraźnie podzielił kluby na dwie grupy pod względem zmian w stosunku do rozgrywek 2023/2024. Dziesięć zespołów odnotowało wzrost przychodów rok do roku, z czego największe przyrosty osiągnęły: Jagiellonia Białystok (+69,62 mln zł, co w porównaniu do roku ubiegłego oznacza wzrost o 117%), Raków Częstochowa (+28,32 mln zł) oraz Motor Lublin (+26,28 mln zł).

Osiem klubów zanotowało spadki przychodów, z czego największe dotknęły Legię Warszawa (-36,16 mln zł) oraz Pogoń Szczecin (-12,38 mln zł).

W przypadku Legii czynnikiem spadków było uzyskanie znacznie mniejszych niż w sezonie 2023/2024 przychodów transferowych, które spadły z 79 mln zł do 10 mln zł.



Przychody z podstawowej działalności

BEZ TRANSFERÓW

Ze względu na dużą zmienność i nieprzewidywalność przychodów transferowych, najważniejszym wskaźnikiem określającym sytuację finansową klubów są przychody z innych źródeł, czyli tzw. podstawowej działalności. Liderem zestawienia ponownie jest Legia Warszawa, która zwiększyła przewagę nad Lechem i Jagiellonią do około 112 mln zł.

Przychody z transferów odgrywają kluczową rolę w biznesie piłkarskim, jednak charakteryzują się znaczną zmiennością i są trudne do przewidzenia. Dodatkowo, księgowe ujmowanie tych przychodów jest bardziej skomplikowane niż w innych kategoriach, ponieważ płatności za zawodników często są rozłożone w czasie i zależą od spełnienia różnych warunków, co może utrudniać porównywanie wyników w dłuższej perspektywie. Dlatego analogicznie do roku poprzedniego prezentujemy również ranking bazujący na przychodach z wyłączeniem przychodów transferowych.

W tym rankingu Legia Warszawa utrzymała pozycję lidera, osiągając 220,8 mln zł przychodów z działalności podstawowej. Co ważne, klub osiągnął wzrost we wszystkich segmentach. Legia wypracowała 82,6 mln zł z działalności komercyjnej, 76,7 mln zł ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych (w tym blisko 50 mln zł od UEFA) oraz 58,5 mln zł z dnia meczowego (z czego prawie 19 mln zł z biletów na mecze w rozgrywkach europejskich). Kluczowym czynnikiem był udział w Lidze Konferencji UEFA, gdzie Legia dotarła do ćwierćfinału, wygrywając m.in. z Realem Betis i Molde, a następnie sensacyjnie wygrywając w meczu rewanżowym z Chelsea FC, choć ostatecznie odpadła w dwumeczu.

Drugie miejsce w rankingu zajęła Jagiellonia Białystok, która zaliczyła bardzo dobry sezon – zarówno sportowo, jak i finansowo, niemal podwajając przychody z działalności podstawowej. Klub wygenerował 71 mln zł ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych (w tym prawie 44 mln zł od UEFA), a także 19,7 mln zł z działalności komercyjnej i 18,2 mln zł dnia meczowego. Łącznie w wyniku uczestnictwa w rozgrywkach europejskich Jagiellonia otrzymała blisko 51 mln zł, głównie dzięki udziałowi w Lidze Konferencji UEFA, gdzie dotarła do ćwierćfinału, pokonując m.in. z FC Kopenhagą i Molde, a odpadając dopiero w starciu z Realem Betis.

Trzecie miejsce rankingu zajął Lech Poznań. Po sezonie przestoju pod względem przychodów z podstawowej działalności Lech zdołał zwiększyć swoje przychody i obronić miejsce na podium. Lech uzyskał wysokie przychody ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych (42,3 mln zł) oraz z dnia meczowego (31,6 mln zł).

Ranking przychodów z podstawowej działalności (bez uwzględnienia transferów) w sezonie 2024/2025

Miejsce w rankingu	Klub	Przychody z podstawowej działalności (mln zł)
1	Legia Warszawa	220,8
2	Jagiellonia Białystok	109,0
3	Lech Poznań	108,3
4	Pogoń Szczecin	74,3
5	Raków Częstochowa	66,5
6	Widzew Łódź	57,0
7	Cracovia	49,4
8	Śląsk Wrocław	46,4
9	KGHM Zagłębie Lubin	46,0
10	Górnik Zabrze	44,8
11	Motor Lublin	41,3
12	Piast Gliwice	34,6
13	Lechia Gdańsk	32,8
14	GKS Katowice	30,7
15	Korona Kielce	27,4
16	Radomiak Radom	24,2
17	Stal Mielec	21,7
18	Puszcza Niepołomice	15,2

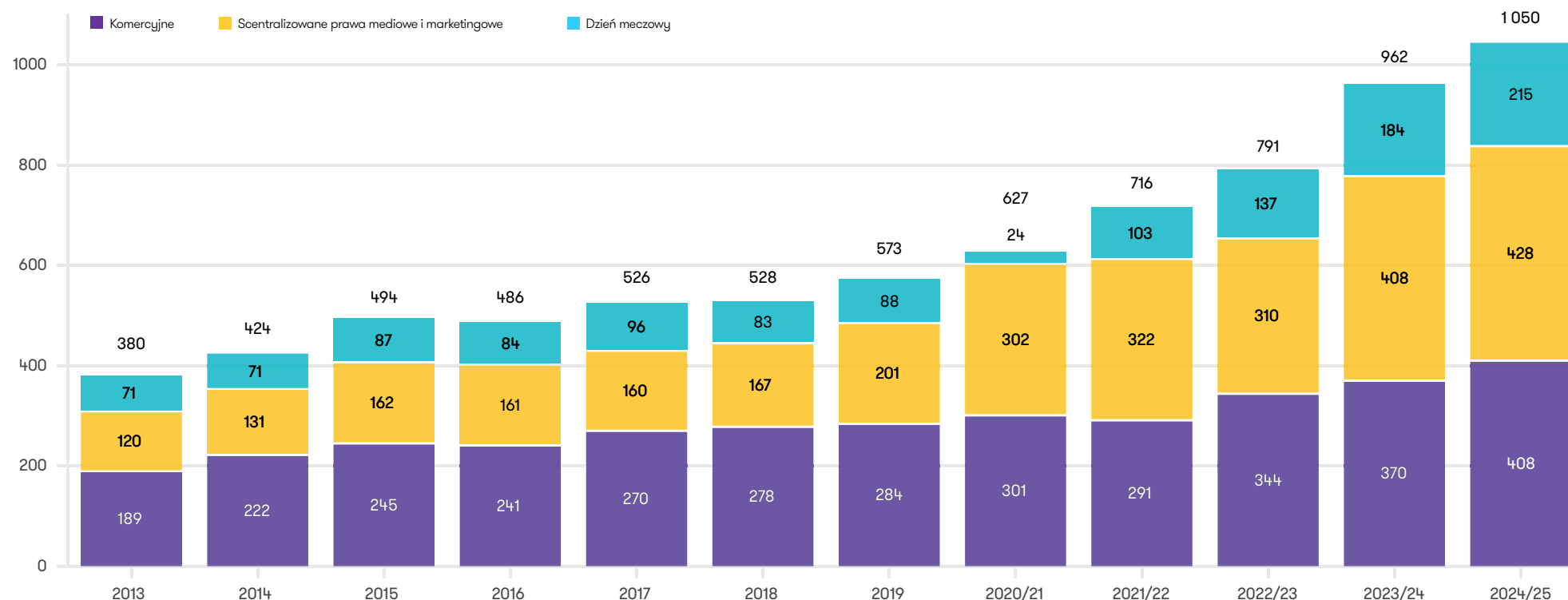


Przychody z podstawowej działalności w ujęciu historycznym

W sezonie 2024/2025 kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa po raz pierwszy w historii przekroczyły miliard złotych przychodów z działalności podstawowej, osiągając 1 050 mln zł. Po imponującym wzroście o 22% w sezonie 2023/2024, w sezonie 2024/2025 dynamika wynosiła 9%. Co ważne, wzrost miał miejsce we wszystkich kategoriach przychodów. Największym segmentem pozostają scentralizowane prawa mediowe i marketingowe, które przyniosły 428 mln zł wpływów (z tego 27% od UEFA) i odpowiadają za 41% całości. Drugim co do wielkości źródłem są przychody komercyjne (głównie

ze sponsoringu), generujące 408 mln zł i stanowiące 39% przychodów z podstawowej działalności. Przychody z dnia meczowego odpowiadają za 20% sumy. To właśnie ta kategoria odnotowała największy wzrost rok do roku (+17%). Z kwoty 215 mln zł wygenerowanych w ostatnim sezonie z dnia meczowego, aż 28 mln zł (13%) zapewniły Legia Warszawa, Jagiellonia Białystok oraz Śląsk Wrocław wyłącznie dzięki udziałowi w rozgrywkach europejskich.

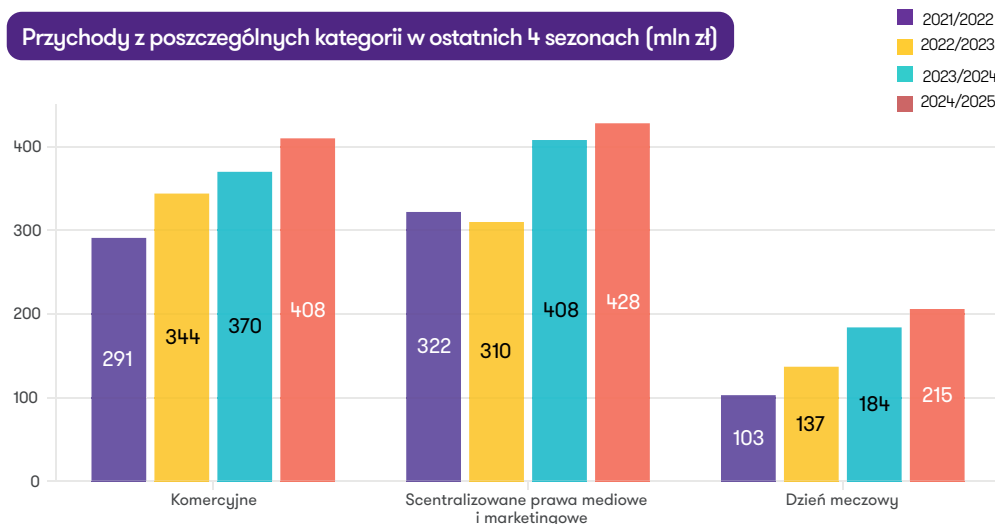
Suma przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa z podstawowej działalności (bez przychodów transferowych) w podziale na segmenty (mln zł)



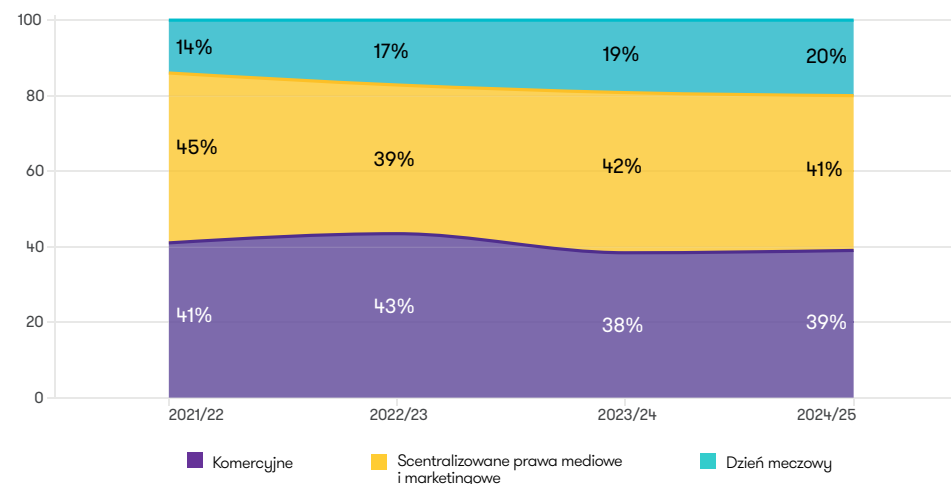
* od roku 2020 zmieniona została metoda prezentowania danych z okresu kalendarzowego na okres zgodny z sezonem piłkarskim



Przychody z poszczególnych kategorii w ostatnich 4 sezonach (mln zł)



Udział % poszczególnych kategorii w ostatnich 4 sezonach



Wielkość przychodów w podziale na segmenty (mln zł)

Wyszczególnienie	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
Komercyjne	189	222	245	241	270	278	284	301	291	344	370	408
Scentralizowane prawa mediowe i marketingowe	120	131	162	254	185	167	201	302	322	310	408	428
Dzień meczowy	71	71	87	84	96	83	88	24	103	137	184	215
Suma	380	424	494	579	551	528	572	627	715	791	962	1 050

Dynamika przychodów w podziale na segmenty (% r/r)

Wyszczególnienie	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
Komercyjne	2%	17%	10%	-2%	12%	3%	2%	6%	3%	18%	8%	10%
Scentralizowane prawa mediowe i marketingowe	20%	9%	24%	57%	-27%	-10%	20%	50%	7%	-4%	32%	5%
Dzień meczowy	6%	0%	23%	-3%	14%	-14%	6%	-72%	324%	33%	34%	17%

Udział poszczególnych segmentów w przychodach

Wyszczególnienie	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
Komercyjne	50%	52%	50%	42%	49%	53%	50%	48%	41%	43%	38%	39%
Scentralizowane prawa mediowe i marketingowe	32%	31%	33%	44%	34%	32%	35%	48%	45%	39%	42%	41%
Dzień meczowy	19%	17%	18%	15%	17%	16%	15%	4%	14%	17%	19%	20%

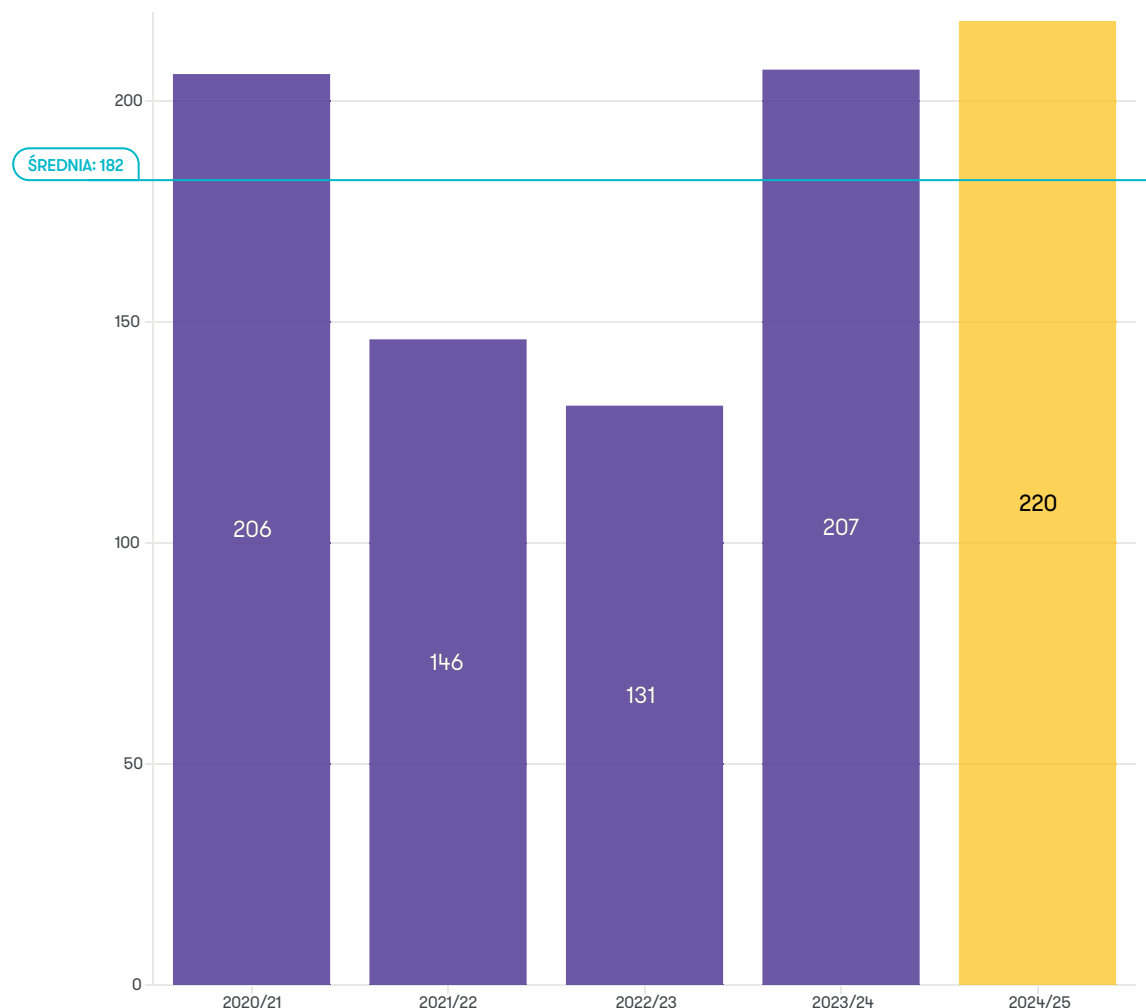
Transfery

Kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa w sezonie 2024/2025 wygenerowały 220 mln zł przychodów transferowych, przebijając dotychczasowy rekord z sezonu 2023/2024.

Pozytywne wieści dotyczące ligi płyną również z rynku transferowego. Przychody ze sprzedaży zawodników wzrosły w minionym sezonie do najwyższego poziomu w historii – 220 mln zł. To wzrost o 13 mln zł, a więc 6%. Udział tej kategorii w ogóle przychodów zwiększył się do ponad 17% z 16% przed rokiem. Oznacza to, że kluby coraz większą część swojego budżetu są w stanie opierać na działalności transferowej.

Należy jednak pamiętać, że wartość przychodów z transferów z roku na rok jest trudna do przewidzenia i cechuje się wysoką zmiennością, dlatego nie należy zakładać, że przychody transferowe będą – tak jak przychody z pozostałych źródeł – systematycznie rosły wraz z rozwojem ligi. Wartość rynkowa zawodników jest wyznaczana na podstawie ich umiejętności, potencjału i sukcesów, statystyk indywidualnych, a także uzależniona jest od takich czynników, jak odbiór polskiej piłki na świecie, wyniki reprezentacji, a także kurs złotego do euro (w raporcie przyjmujemy wartości podane w złotych). Jednorazowe skoki czy spadki przychodów transferowych są więc naturalne. Z tej perspektywy na podstawie samych danych z ostatnich pięciu lat nie należy wyciągać daleko idących wniosków. Ważniejszy jest trend długoterminowy, a w tym ujęciu przychody transferowe w PKO Bank Polski Ekstraklasie oscylowały na średnim poziomie około 182 mln zł. Wynik z ostatniego sezonu jest więc powyżej średniej, a to z pewnością dobra wiadomość.

Przychody z transferów w sezonach 2020/21-2024/25 (mln zł)



Transfery krajowe vs. zagraniczne

Od kilku sezonów struktura przychodów transferowych wyraźnie się zmienia. Mimo że nadal większość wartości transferów stanowią transfery zagraniczne, to znaczenie transferów krajowych rośnie. W sezonie 2024/2025 przychody z tytułu sprzedaży zawodników innym krajowym klubom wyniosły 40,5 mln zł, czyli były o 89% wyższe niż przed rokiem i 4-krotnie wyższe niż trzy lata temu. Transfery krajowe stanowią już 18% przychodów transferowych. Przed rokiem było to 10%, a trzy lata temu – 7%.

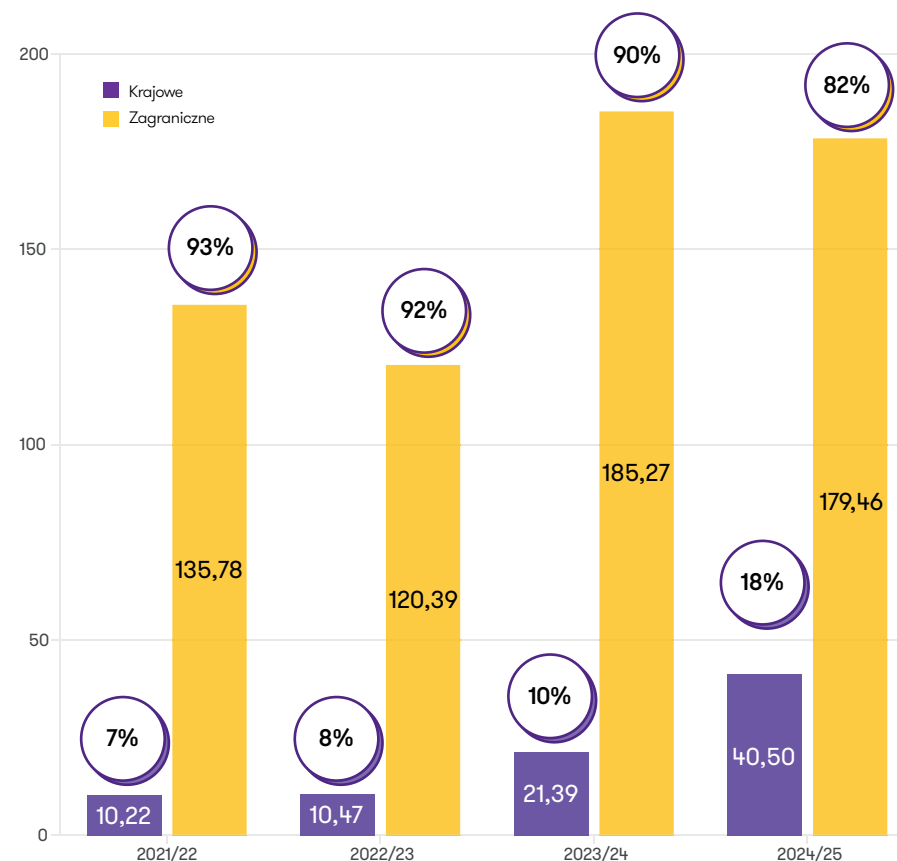
To dobra wiadomość, bo pokazuje, że rynek wewnętrzny zyskuje na znaczeniu i dynamicznie się rozwija, a ponadto – wartościowi zawodnicy pozostają w kraju, dzięki czemu mogą generować kolejne przychody transferowe dla ligi. Jednak kluby zagraniczne wciąż dysponują często większym kapitałem, dlatego transfery międzynarodowe prawdopodobnie nadal będą stanowić większość udziału w rynku.

Młodość w dalszym ciągu w cenie

Średnia wieku zawodników PKO Bank Polski Ekstraklasa odchodzących do innych klubów w sezonie 2024/2025 wyniosła 24 lata i 5 miesięcy. Od trzech sezonów obserwujemy wyraźny trend wzrostowy – w sezonie 2022/2023 średnia wieku wynosiła 23 lata i 7 miesięcy, co oznacza wzrost o 10 miesięcy w tym okresie. Średnia ponad 24 lat sugeruje, że kluby starają się utrzymać młodych zawodników na dłużej, oczekując zwiększenia ich wartości rynkowej.

Coraz większe zainteresowanie zarówno krajowych, jak i zagranicznych klubów młodymi piłkarzami kształconymi w polskich akademiach oraz rosnące kwoty transferów tych zawodników pokazują, że inwestowanie w szkolenie młodzieży staje się coraz bardziej opłacalne.

Rozkład przychodów z transferów oraz ich udział w wartości ogółem



24 LATA
I 5 MIESIĘCY

Tyle wynosi średni wiek piłkarza odchodzącego do innego klubu



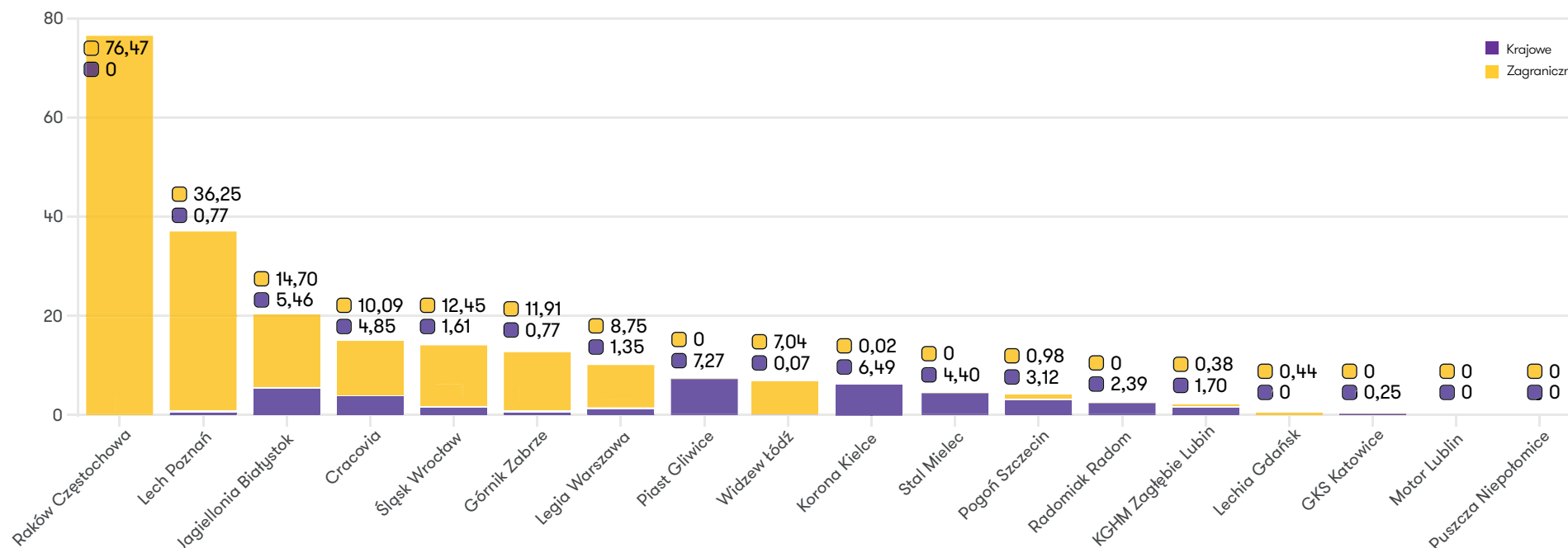
Przychody transferowe klubów

Pierwsze miejsce w rankingu przychodów transferowych 2024/2025 zajął **Raków Częstochowa**, deklasując pozostałe kluby. Wygenerował ze sprzedaży zawodników **76,5 mln zł**. Kwota ta stanowi ponad 53% przychodów ogółem klubu, co pozwoliło mu na zajęcie trzeciego miejsca w ogólnej klasyfikacji przychodów. Tak wysoki wynik możliwy był dzięki transferom kluczowych zawodników – Ante Crnac trafił do angielskiego Norwich City za rekordową szacowaną kwotę 11 mln EUR*, Vladan Kovačević przeszedł do Sporting CP za około 4,8 mln EUR*, a John Yeboah zasilił skład Venezii za około 2,5 mln EUR*.

Drugie miejsce w rankingu przychodów transferowych 2024/2025 utrzymał **Lech Poznań**. Budżet klubu został zasilony kwotą **37 mln zł** (25% przychodów ogółem), co jest kwotą zbliżoną do tej, którą Lech uzyskał w sezonie 2023/2024. Głównym źródłem była sprzedaż Kristoffera Velde do greckiego Olympiakos SFP za kwotę około 4 mln EUR*, Filipa Marchwińskiego (wychowanek klubu) do US Lecce za około 3 mln EUR* oraz Jaspera Karlströma do Udinese za około 2 mln EUR*.

Trzecie miejsce w rankingu transferów zajęła **Jagiellonia Białystok**, pozyskując w sezonie za swoich zawodników łącznie **20,2 mln zł**. Najwyższe wpływy transferowe Jagiellonia uzyskała dzięki sprzedaży Bartłomieja Wdowika do S.C. Braga za 1,6 mln EUR* oraz Dominika Marczyka do Real Salt Lake za 1,5 mln EUR*.

Przychody z transferów w sezonie 2024/2025 (mln zł)



* Dane na podstawie szacunku Transfermarkt

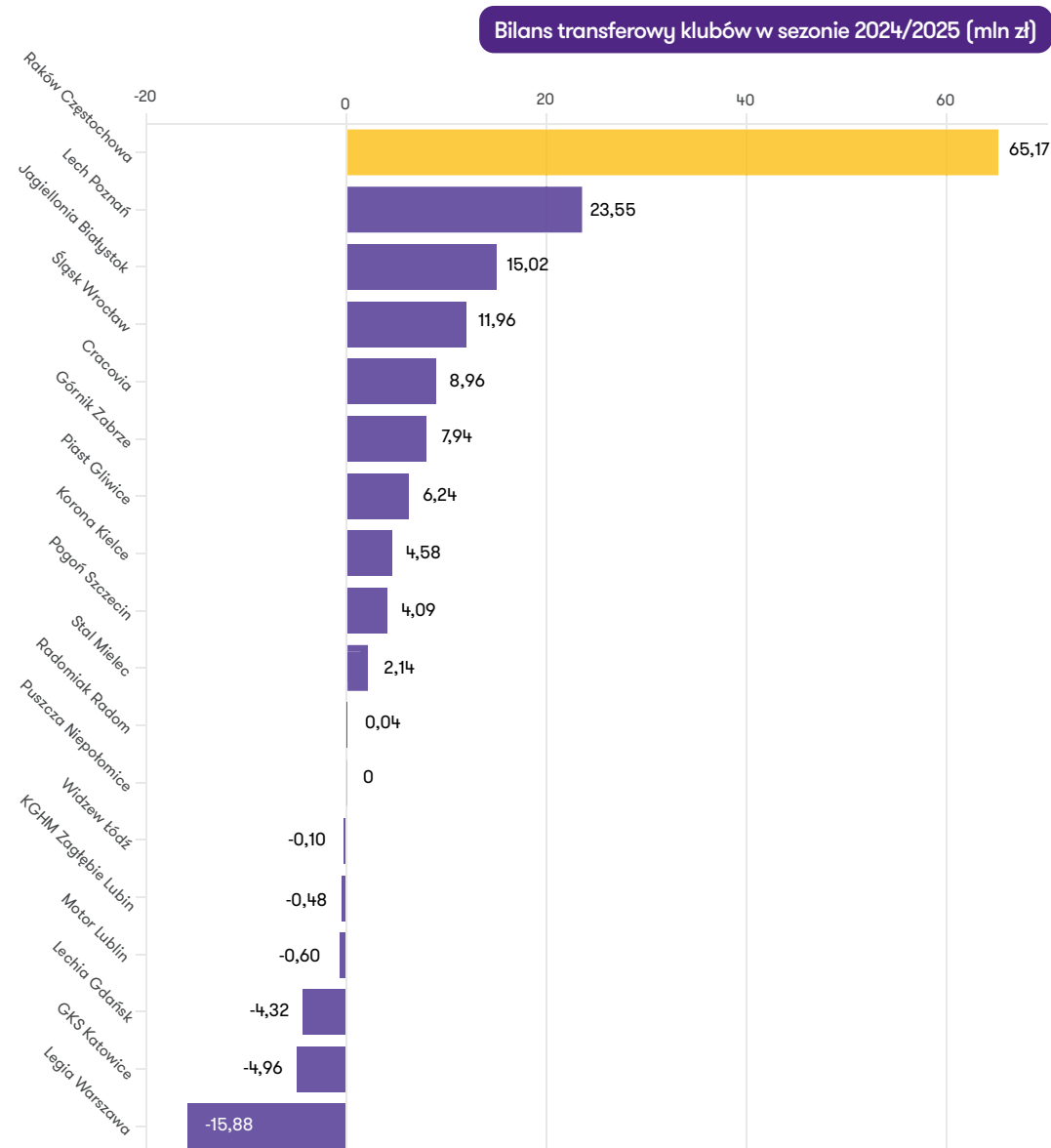


Bilans transferowy klubów

Uzyskiwane kwoty z transferów klubów w PKO Bank Polski Ekstraklasie pozwalają na lepsze funkcjonowanie klubu, poprawę sytuacji finansowej, ale także podnoszenie jakości sportowej. Ze względu na to, że gotówkowe odejścia z reguły dotyczą kluczowych zawodników danego klubu, konieczne jest reinwestowanie przynajmniej części przychodów w zakup nowych piłkarzy. Na wykresie obok pokazany został bilans transferowy klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa, który jest różnicą pomiędzy przychodami transferowymi, a kwotami wydanymi na nowych zawodników.

Najlepszy wynik w bilansie transferowym uzyskał Raków Częstochowa, notując dodatni wynik na poziomie 65,2 mln zł. W czołówce zestawienia znalazł się również Lech Poznań z przewagą przychodów nad kosztami w kwocie 23,5 mln zł oraz Jagiellonia Białystok z kwotą 15 mln zł.

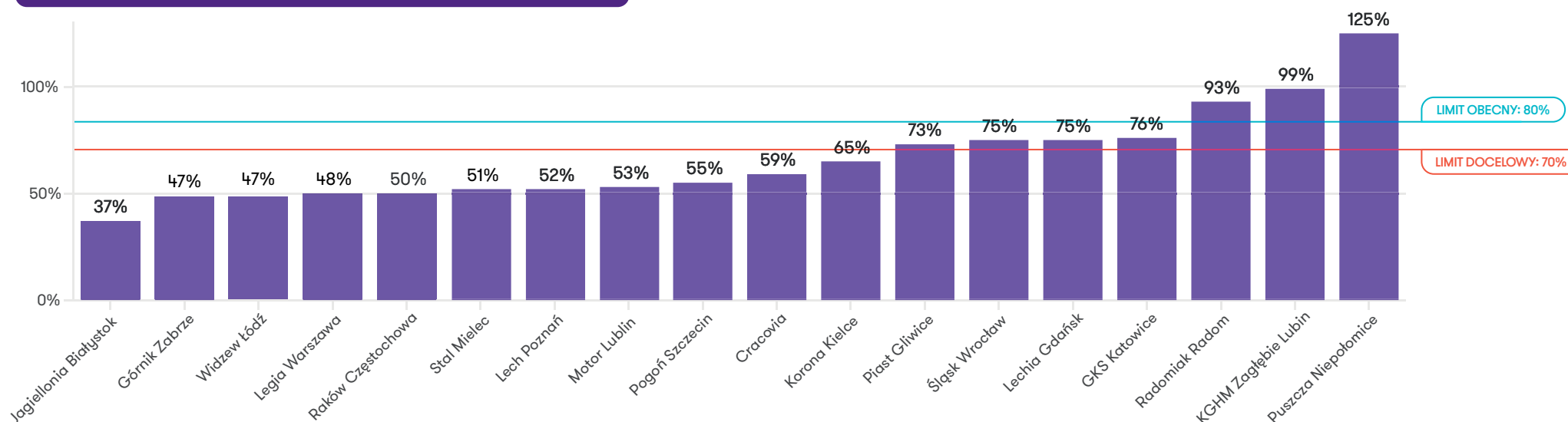
Najdalej w bilansie transferowym znalazła się Legia Warszawa, kończąc sezon z ujemnym wynikiem na poziomie -15,9 mln zł. Głównym powodem były niewielkie, jak na doświadczenia Legii z poprzednich lat, wpływy z transferów, przy równoczesnych wydatkach na wzmocnienia składu, takich jak Ruben Vinagre czy Ilia Shkurin.



Wynagrodzenia

Budżet wynagrodzeń stanowi kluczowy element finansów każdego klubu piłkarskiego. Z jednej strony, konieczne jest oferowanie konkurencyjnych wynagrodzeń, aby przyciągnąć utalentowanych zawodników i pracowników, z drugiej – klub musi dbać o to, by nadmierne wydatki na płace nie zagroziły jego stabilności finansowej oraz były zgodne z przepisami UEFA dotyczącymi kontroli kosztów.

Wskaźnik udziału wynagrodzeń w przychodach ogółem w sezonie 2024/2025



Koszty wynagrodzeń stanowią jedną z głównych pozycji w budżetach klubów. Utrzymanie odpowiedniego wskaźnika wynagrodzeń w stosunku do generowanych przychodów jest kluczowym elementem determinującym stabilność finansową. W sezonie 2024/2025 próg wynagrodzeń został ustalony przez UEFA na poziomie 80% przychodów, a od sezonu 2025/2026 ma zostać wprowadzony mechanizm stopniowo ograniczający wydatki na wynagrodzenia do 70% przychodów.

Najkorzystniejszym wynikiem może pochwalić się **Jagiellonia Białystok**, która na wynagrodzenia wydała tylko ok. 37% przychodów. To pokazuje, że klub ma zdrową relację pozycji budżetowych oraz korzystny stosunek wynagrodzeń do jakości gry drużyny.

W sezonie 2024/2025 Jagiellonia zajęła 3. miejsce w lidze i dotarła do ćwierćfinału Ligi Konferencji UEFA. Należy jednak wspomnieć, że klub osiągnął imponujący wzrost przychodów, co wpłynęło na obniżenie wskaźnika.

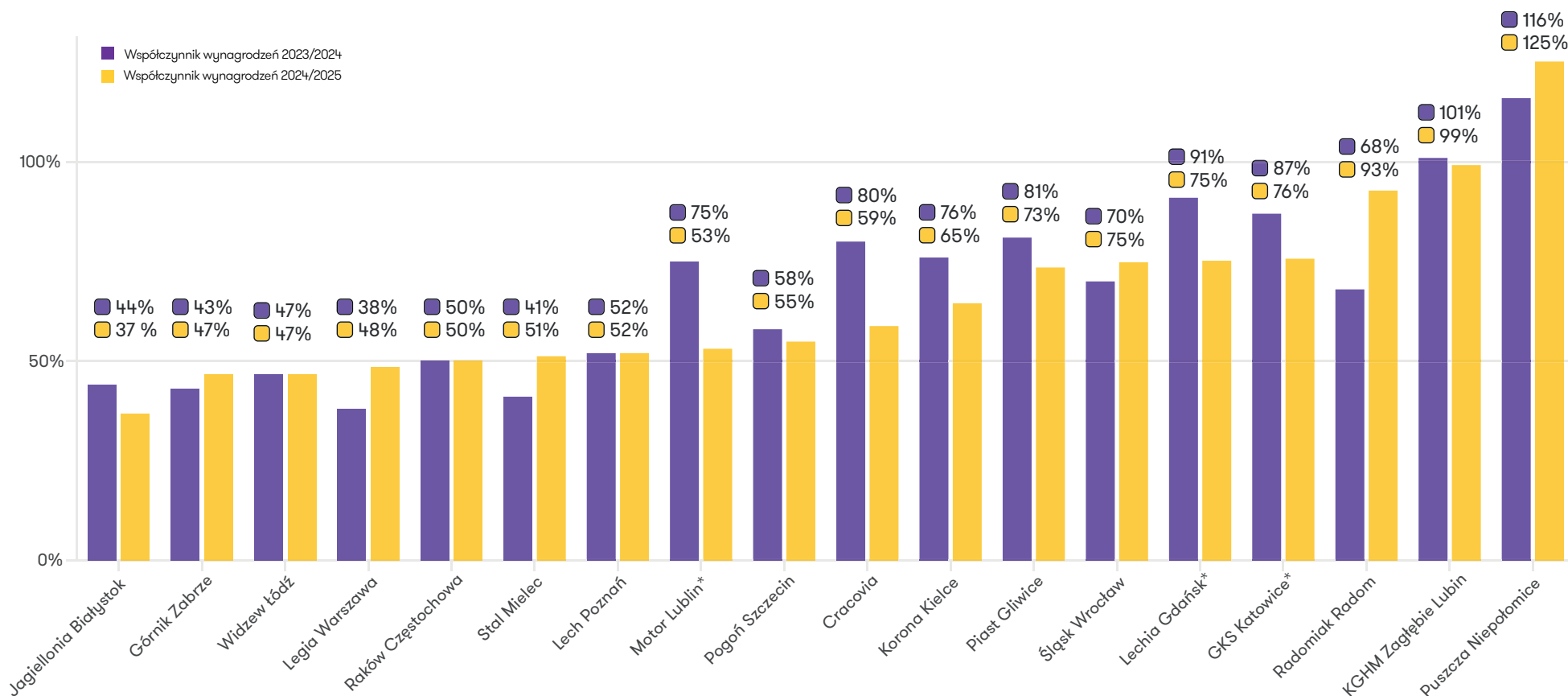
W sezonie 2024/2025 wskaźnik wynagrodzeń poniżej docelowego zanotowało 11 klubów. Rok wcześniej było ich 13. Oznacza to lekkie pogorszenie relacji przychodów do kosztów wynagrodzeń. W bezpiecznej strefie, mieszczącej się między 70%, a obowiązującym limitem 80%, znalazły się cztery kluby: Piast Gliwice, Śląsk Wrocław, Lechia Gdańsk oraz GKS Katowice. Największe obciążenie budżetów wynagrodzeniami, podobnie jak w poprzednim sezonie, zanotowały KGHM Zagłębie Lubin i Puszcza Niepołomice.

Zmiana budżetu wynagrodzeń

W sezonie 2024/2025 wskaźnik wynagrodzeń do przychodów spadł w 10 klubach PKO Bank Polski Ekstraklasa. **Największy spadek** odnotował, Motor Lublin, Cracovia i Lechia Gdańsk.

Największy wzrost wystąpił natomiast w Radomiaku Radom oraz Stali Mielec. Przetarasowania te spowodowane są często nie tyle zmianą poziomu wynagrodzeń, co raczej zmianą przychodów.

Wskaźnik udziału wynagrodzeń w przychodach ogółem w sezonie 2023/2024 i 2024/2025



* Współczynnik wynagrodzeń dotyczy sezonu rozgrywanego w ramach 1 Ligi



Wynagrodzenia z uwzględnieniem zastrzyku finansowego od właściciela

Wielkość wynagrodzeń nie zawsze przekłada się na sukcesy piłkarskie, jednak sprowadzanie jakościowych zawodników do polskich klubów wymaga ponoszenia znaczących nakładów – czy to na kwoty odstępnego, czy poziom oferowanych wynagrodzeń. Dlatego warto zauważyć, iż część z klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa otrzymała wsparcie w postaci zwiększenia kapitału własnego od swoich udziałowców. Przychody te, zgodnie z metodyką niniejszego raportu, nie zostały uwzględnione w prezentacji danych (trudno o takim zastrzyku finansowym mówić jako o wygenerowanym przez przedsiębiorstwo przychodzie), jednak mają znaczący wpływ na funkcjonowanie klubu piłkarskiego. Analizując wskaźniki wynagrodzeń z uwzględnieniem podwyższenia

kapitału, poniżej ustalonego poziomu 80% na sezon 2024/2025 nie mieszczą się jedynie Puszcza Niepołomice (mimo podwyższenia kapitału) oraz Radomiak Radom. Warto zwrócić uwagę na kwotę podwyższenia kapitału Cracovii, która wyniosła aż 126 mln zł, przeznaczona na spłatę zadłużenia klubu. Zmiany te były związane z roszadami właścicielskimi – większościowy pakiet akcji przejął Robert Piatek, natomiast Elżbieta Filipiak objęła pakiet mniejszościowy. Firma Comarch SA pozostaje strategicznym sponsorem klubu. Biorąc pod uwagę kwotę uzyskaną przez Cracovię, jej współczynnik wynagrodzeń w sezonie 2024/2025 wyniósł 20% - najmniej w lidze.

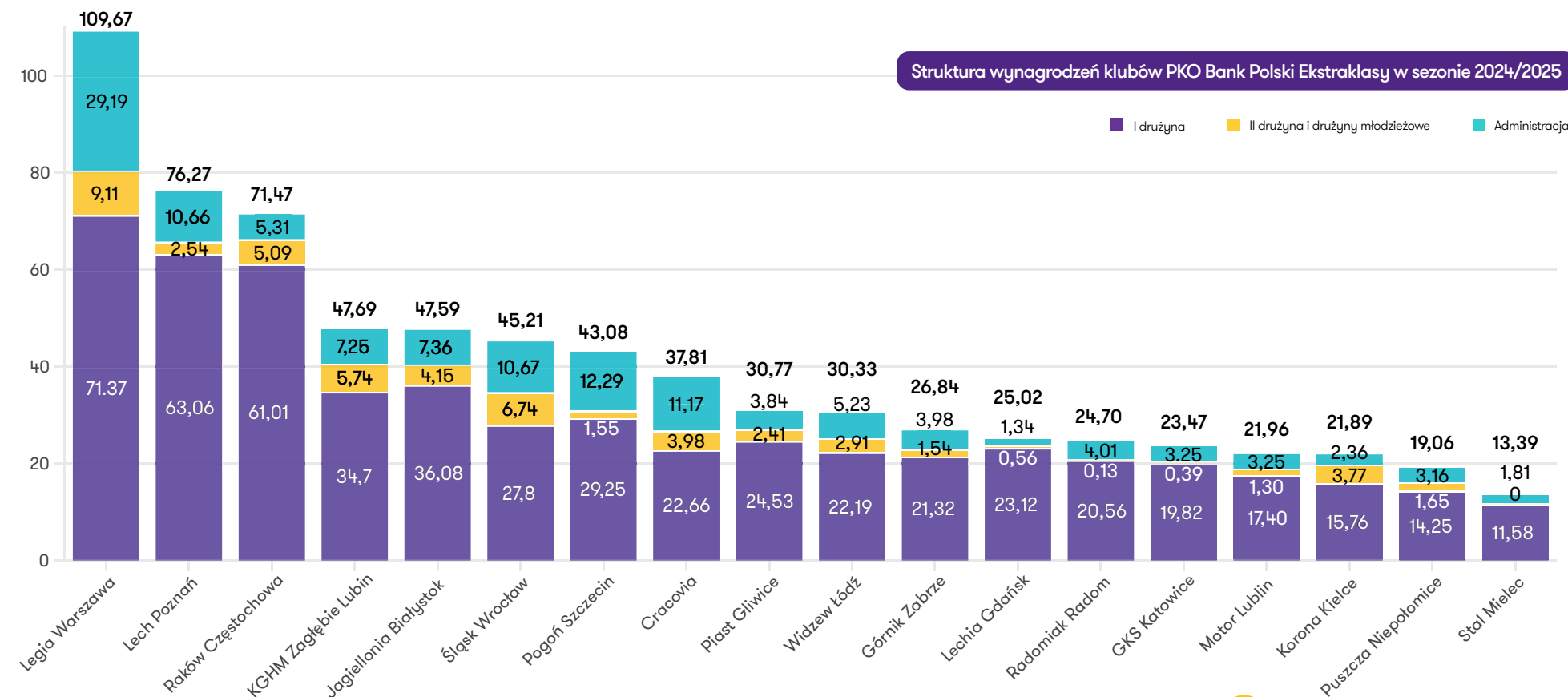
Wskaźnik udziału wynagrodzeń w przychodach ogółem w sezonie 2024/2025 w klubach, które dokonały podwyższenia kapitału					
Klub	Suma wynagrodzeń	Suma przychodów z przychodami transferowymi	Współczynnik wynagrodzeń	Podwyższenie kapitału zakładowego	Współczynnik wynagrodzeń (z uwzględnieniem podwyższenia)
Cracovia	37,81	64,30	59%	126,00	20%
Pogoń Szczecin	43,08	78,41	55%	27,08	41%
KGHM Zagłębie Lubin	47,69	48,07	99%	25,00	65%
Śląsk Wrocław	45,21	60,42	75%	19,00	57%
Korona Kielce	21,89	33,92	65%	13,80	46%
Puszcza Niepołomice	19,06	15,23	125%	7,50	84%
GKS Katowice	23,47	30,99	76%	7,50	61%
Widzew Łódź	30,33	64,08	47%	17,40	37%
Górnik Zabrze	26,84	57,51	47%	4,50	43%



Struktura wynagrodzeń w sezonie 2024/2025

Na wynagrodzenia klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa składają się przede wszystkim wynagrodzenia piłkarzy i sztabu I drużyny. Odpowiadają średnio za 76,4% całości wynagrodzeń. Drugą pod względem wartości kategorią wynagrodzeń są wynagrodzenia przeznaczane na administrację klubu (w tym marketing, HR czy IT) – średnio to 16,4% budżetu płac. Wynagrodzenia na sztab i piłkarzy II drużyny stanowią średnio 7,1%. Między klubami występują jednak znaczące różnice. Kluby takie jak Cracovia, Pogoń Szczecin, Śląsk Wrocław oraz Legia Warszawa przeznaczają relatywnie wysoki procent budżetu wynagrodzeń na płace w administracji. W Legii to aż 29 mln zł.

Wynika to w dużej mierze z rozmiaru i organizacyjnej złożoności tych klubów. Większe kluby, ze względu na rozbudowane struktury i większą liczbę pracowników administracyjnych, wykazują wyższy udział kosztów administracyjnych w całkowitych wydatkach, ale też są w stanie generować większe przychody. Zróżnicowanie w strukturze kosztów odzwierciedla różne strategie zarządzania. Większe kluby poza wydatkami na I zespół, inwestują w rozwój infrastruktury i administracji, mniejsze skupiają się na aspekcie sportowym.



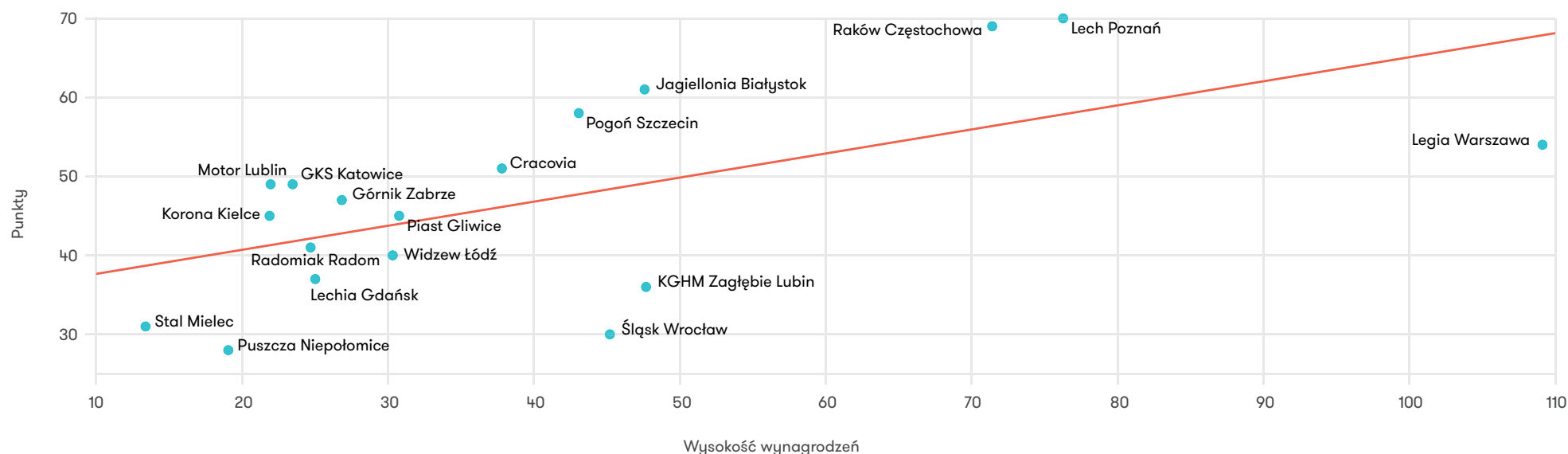
Budżet wynagrodzeń a wynik sportowy

Wysokość wynagrodzeń, jak również poziom generowanych przychodów, czy po prostu dobra sytuacja finansowa klubu mogą, ale nie muszą, mieć znaczącego wpływu na sukcesy sportowe drużyny. Potwierdzenie tej tezy widoczne było już w sezonie 2022/2023 na przykładzie Rakowa Częstochowa, który sięgnął po Mistrzostwo Polski mimo relatywnie niskiego budżetu wynagrodzeń. Podobną sytuację zaobserwowano w sezonie 2023/2024, gdy Mistrzem i Wicemistrzem Polski zostały odpowiednio Jagiellonia Białystok oraz Śląsk Wrocław. W sezonie 2024/2025 sytuacja w PKO Bank Polski Ekstraklasie uległa zmianie – na czele tabeli znalazły się kluby dysponujące jednymi z najwyższych budżetów w lidze.

W przypadku Lecha Poznań, Mistrza Polski sezonu 2024/2025, teoretyczny koszt zdobycia jednego punktu w lidze wyniósł aż 1,09 mln zł. Dla Rakowa Częstochowa i Jagiellonii Białystok było to kolejno 1,03 mln zł oraz 0,78 mln zł. Z kolei Legia Warszawa, mimo wydawania najwyższych kwot na wynagrodzenia, kolejny sezon z rzędu traciła na efektywności – koszt zdobycia jednego punktu w sezonie 2024/2025 wzrósł do 2,03 mln zł wobec 1,7 mln zł w sezonie 2023/2024.

Na wykresie przedstawiona została również linia trendu, która obrazuje, które kluby zdobyły więcej lub mniej punktów niż wynikałoby to z budżetu wynagrodzeń (kluby powyżej linii odnotowują wysoką efektywność, a poniżej – niską). Wykres ten pokazuje, że najwyższą efektywność wykazują obecni Mistrz oraz Wicemistrz Polski.

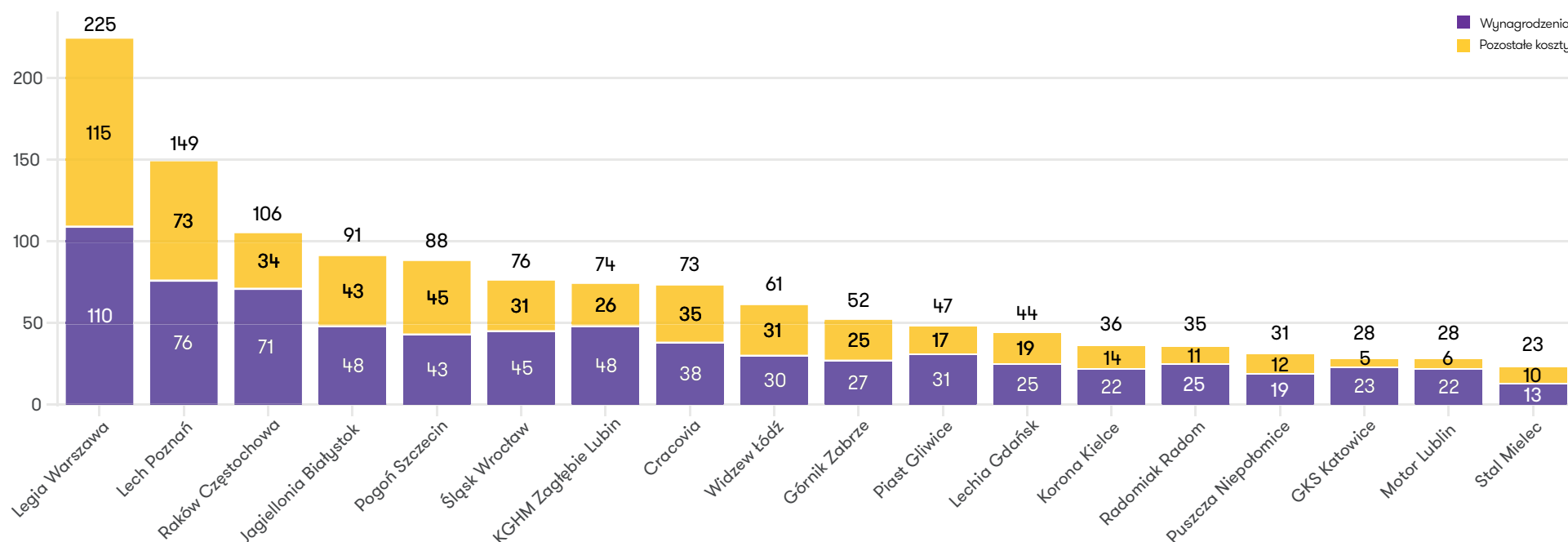
Koszt wynagrodzeń w porównaniu do zdobytych punktów w sezonie 2024/2025



Koszty operacyjne

Wynagrodzenia stanowią kluczowy element kosztów operacyjnych klubów piłkarskich. Największą część stanowią pensje zawodników i sztabu szkoleniowego, jednak kluby generują również inne koszty, a ich odpowiednie dopasowanie do poziomu przychodów jest niezbędne dla finansowej stabilności i długoterminowego rozwoju.

Koszty operacyjne w sezonie 2024/2025



Największe koszty operacyjne w sezonie 2024/2025 poniosła Legia Warszawa – 224 mln zł. Wynagrodzenia odpowiadały za 49% całości kosztów. Koszty operacyjne Lecha Poznań były o około 75 mln zł mniejsze od Legii, a wynagrodzenia stanowiły 51% całkowitych kosztów. Kluby te generują najwyższy poziom przychodów, więc zrozumiałe jest również fakt „liderowania” w zestawieniu kosztów. Najniższe koszty operacyjne w lidze notuje Stal Mielec, która wydała łącznie 23 mln zł, co stanowi około 1/10 wydatków operacyjnych Legii.

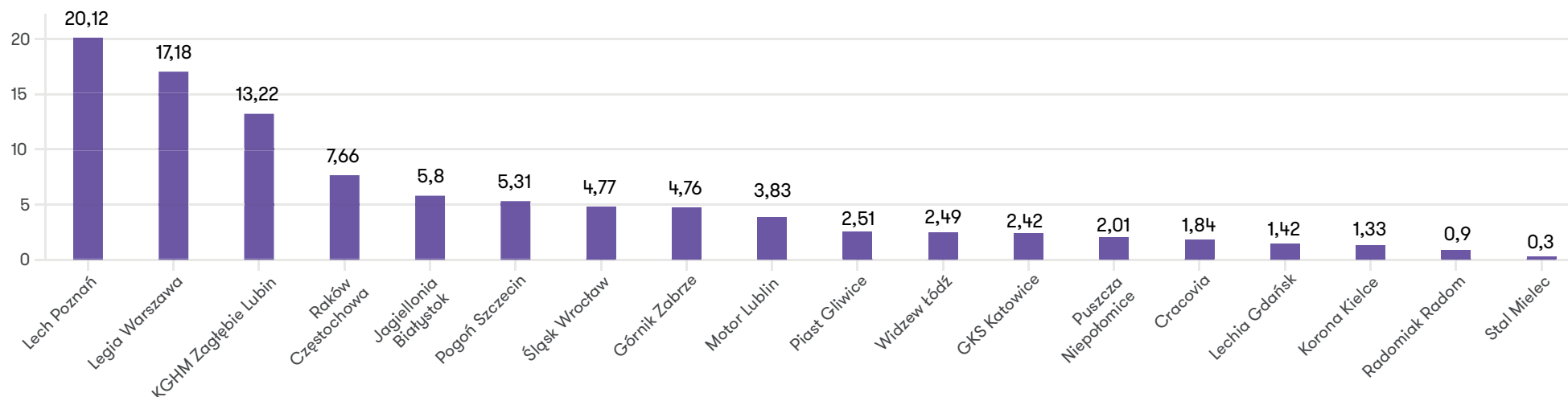
Kontrola poziomu kosztów ma kluczowe znaczenie dla długoterminowej stabilności finansowej klubu. Okresowe nadwyżki kosztów nad przychodami nie stanowią zagrożenia, jednak w dłuższym okresie kluby jako podmioty gospodarcze powinny konsekwentnie dążyć do wypracowywania nadwyżki finansowej. **Na poziomie całej ligi wygenerowano 1 266 mln zł kosztów, co jest wartością zbliżoną do poziomu przychodów z działalności podstawowej i transferowej.**

Koszty prowadzenia akademii

Prowadzenie akademii piłkarskich stanowi kluczowy element strategii rozwoju wielu klubów, choć wiąże się to z istotnymi wydatkami.

W sezonie 2024/2025 łącznie kluby przeznaczyły na ten cel 97,7 mln zł. Koszty te obejmują inwestycje w infrastrukturę, trenerów oraz codzienne funkcjonowanie akademii.

Koszty prowadzenia akademii w sezonie 2024/2025



Najwięcej na prowadzenie akademii w sezonie 2024/2025 wydał **Lech Poznań** – aż **20,1 mln zł** (wzrost o 1 mln zł). Akademia piłkarska Lecha należy do największych w Polsce. Klub czerpie z niej podwójne korzyści – wzmacnia własny skład perspektywnymi piłkarzami, ale też generuje znaczące przychody ze sprzedaży wychowanków. **Legia Warszawa** zajęła **drugie miejsce** pod względem największych wydatków na akademię (17 mln zł, wzrost o 1,1 mln zł). Na uwagę zasługuje też Górnik Zabrze i Motor Lublin, które dzięki akademii wygenerowały znaczące przychody (odpowiednio 4,2 i 3,5 mln zł).

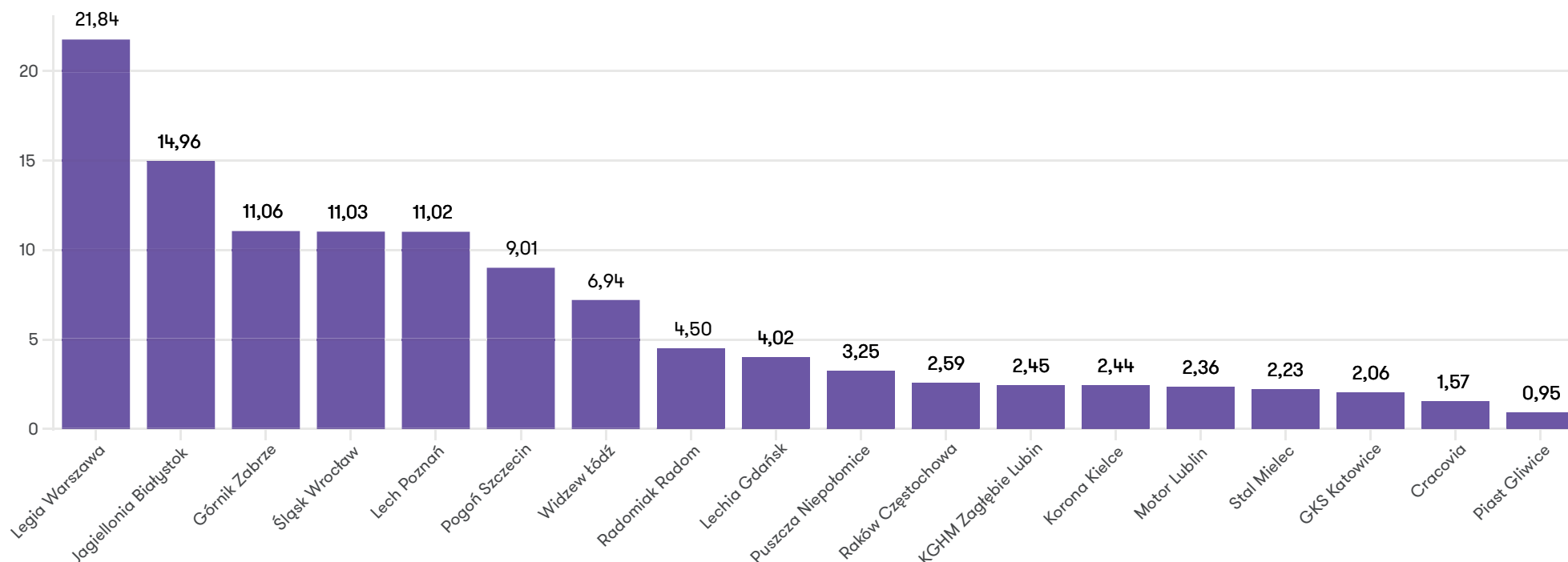
Uwaga metodologiczna: w ramach zestawienia ujęte zostały również koszty generowane przez akademie prowadzone w ramach odrębnych podmiotów powiązanych z klubem, np. fundacje.

Koszty organizacji meczów

Dzień meczowy to nie tylko generowanie przychodów ze sprzedaży biletów, karnetów czy cateringu stadionowego.

Wydarzenie niesie ze sobą również znaczne koszty, na które składa np. zapewnienie bezpieczeństwa, zużycie mediów czy najem stadionu.

Koszty organizacji dnia meczowego w sezonie 2024/2025



Największe koszty wynikające z organizacji dnia meczowego poniosła Legia Warszawa oraz Jagiellonia Białystok. Sytuacja ta spowodowana jest wysoką frekwencją na meczach tych drużyn, ale również występami w europejskich pucharach, przez co drużyny te musiały ponieść koszty organizacji większej liczby meczów. Kolejnymi drużynami w zestawieniu są

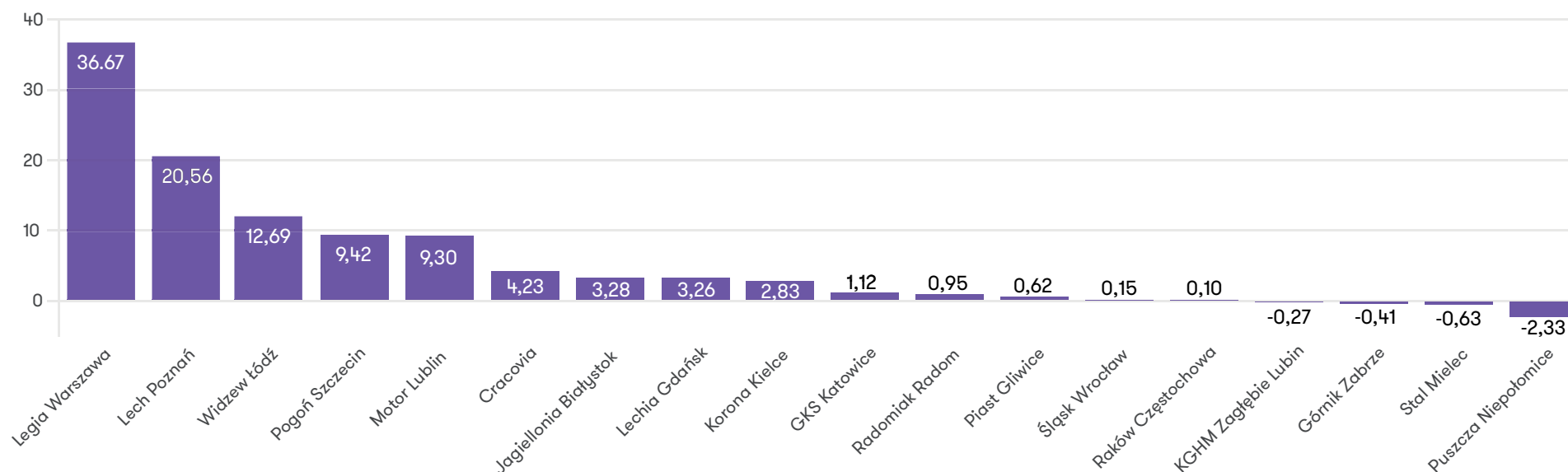
Górnik Zabrze, Śląsk Wrocław oraz Lech Poznań, czyli drużyny z dużą bazą kibiców oraz stadionami cechującymi się wysoką pojemnością, które wymagają dużo większych nakładów związanych z utrzymaniem obiektu. Najniższym kosztem w ramach tej kategorii w sezonie 2024/25 wykazał się Piast Gliwice oraz Cracovia.

Bilans finansowy organizacji meczu

Dzień meczowy to nie tylko generowanie przychodów ze sprzedaży biletów, karnetów czy cateringu stadionowego.

Wydarzenie niesie ze sobą również znaczne koszty, na które składa się np. zapewnienie bezpieczeństwa, zużycie mediów czy najem stadionu.

Bilans z dnia meczowego (przychody z dnia meczowego pomniejszone o koszty organizacji meczu) w sezonie 2024/2025



Zdecydowanie najwyższe zyski z dnia meczowego ponosi Legia Warszawa i Lech Poznań, które zarobiły odpowiednio 36,7 oraz 20,6 mln zł. To głównie efekt wysokiej frekwencji, a w przypadku Legii dodatkowo występów w europejskich rozgrywkach. Na kolejnych miejscach uplasowały się Widzew Łódź oraz Pogoń Szczecin. Klubem, który odnotował największą stratę na dniu meczowym w sezonie 2024/25, była Puszcza Niepołomice,

kktóra nie mogła się pochwalić wysoką frekwencją na meczach, a większość spotkań rozgrywała na wynajmowanym stadionie Cracovii. Ogółem 14 z 18 klubów wygenerowały zysk na organizacji meczów, co należy uznać za dobry wynik. Analiza pokazuje jednak, że większość przychodów uzyskiwanych ze sprzedaży biletów, karnetów czy cateringu wystarcza jedynie na pokrycie kosztów wynikających z tego tytułu.

Uwaga metodologiczna: Przeprowadzona analiza obejmuje przychody z dnia meczowego oraz koszty organizacji meczu, rozumianego jako wydarzenie sportowe. W ramach kosztów nie zostały ujęte pozycje związane z doprowadzeniem drużyny na mecz (zgrupowania przedmeczowe, odnowa biologiczna, koszt strojów itp.), a jedynie organizacja wydarzenia (m.in. zużycie energii i innych mediów, zapewnienie bezpieczeństwa w postaci ochrony, punktów medycznych i informacyjnych, najem stadionu, obsługa cateringowa).



Frekwencja

Coraz więcej kibiców ogląda z trybun mecze PKO Bank Polski Ekstraklasa. W sezonie 2024/2025 było ich łącznie blisko 3,9 mln. Średnia frekwencja na mecz wyniosła rekordowe 12 668 osób, co oznacza wzrost o 365 osób w porównaniu z poprzednim rokiem. Na meczach PKO Bank Polski Ekstraklasa pojawiają się nowi kibice – stanowią ponad 10% całkowitej frekwencji na stadionach.

Niezmiennie od 3 sezonów **Lech Poznań** oraz **Legia Warszawa** przyciągają najwięcej widzów na trybuny. Pozycję lidera w minionym sezonie utrzymał Lech Poznań ze średnią frekwencją **29 064 osób**. Mecze Legii oglądało średnio **24 872 widzów**. Dzięki udziałowi w rozgrywkach europejskich stołeczny klub zanotował jednak najwyższą całkowitą frekwencję w sezonie – 621 tys. widzów. **Na trzecim** miejscu w tabeli frekwencji znalazł się ponownie Śląsk Wrocław, którego mecze śledziło z trybun średnio **18 825 kibiców** – nieco mniej niż w sezonie 2023/2024.

Pod względem liczby **nowych kibiców** odwiedzających stadiony klubów wyróżnia się **Legia Warszawa**. Stadion przy Łazienkowskiej odwiedziło ponad **111 tys. nowych widzów**, co stanowiło aż 18% całkowitej frekwencji w minionym sezonie. Niewiele gorszy wynik osiągnął **Lech Poznań**, którego mecze zgromadziły ponad **93 tys. nowych kibiców**, odpowiadających za 19% całkowitej widowni klubu.

Kolejny sezon z rzędu Raków Częstochowa może poszczycić się najwyższym współczynnikiem zapelnienia stadionu. Wynika to jednak głównie z faktu, że stadion w Częstochowie ma niewielką pojemność, więc relatywnie łatwo go zapelnić.

Ranking sumy frekwencji na meczach PKO Bank Polski Ekstraklasa

Klub	Średnia frekwencja 2024/2025 w Ekstraklasie	Pojemność stadionu	Średnie zapelnienie stadionu	Frekwencja: suma z uwzględnieniem meczów w Pucharze Polski i europejskich pucharach	Liczba nowych kibiców na stadionie
Lech Poznań	29 064	42 837	68%	494 088	93 470
Legia Warszawa	24 872	31 103	80%	621 361	111 104
Śląsk Wrocław	18 825	42 771	44%	363 264	42 500
Pogoń Szczecin	17 791	21 163	84%	302 446	21 430
Górnik Zabrze	17 129	24 563	70%	299 934	38 756
Widzew Łódź	16 825	18 018	93%	286 031	b.d.
Jagiellonia Białystok	16 473	22 372	74%	424 923	b.d.
Motor Lublin	13 430	15 247	88%	228 306	18 600
Lechia Gdańsk	12 010	41 620	29%	204 167	5 893
Korona Kielce	11 139	15 700	71%	202 812	b.d.
Cracovia	10 548	15 016	70%	179 323	27 678
GKS Katowice*	8 905	15 048	59%	151 383	17 722
Radomiak Radom	7 478	8 840	85%	131 132	b.d.
Piast Gliwice	5 669	9 736	58%	96 376	18 821
Raków Częstochowa	5 427	5 500	99%	92 267	7 939
KGHM Zagłębie Lubin	5 349	16 086	33%	90 936	20 457
Stal Mielec	4 945	7 000	71%	84 058	3 144
Puszcza Niepołomice**	2 152	15 016	14%	38 585	b.d.
RAZEM	12 668		66%	4 291 392	427 514

* W sezonie 2024/2025 GKS Katowice część spotkań rozegrał już na nowym obiekcie – Arenie Katowice. Dlatego przy wyliczaniu średniego zapelnienia stadionu uwzględniono właśnie pojemność tego stadionu.

** Puszcza Niepołomice, z powodu niespełniania wymogów organizacyjnych dotyczących meczów Ekstraklasa na swoim stadionie, rozgrywała domowe spotkania na stadionie Cracovii do marca 2025 r., po czym powróciła na swój stadion.

Źródła: „Raport PZPN dotyczący organizacji i stanu bezpieczeństwa meczów piłki nożnej szczebla centralnego”, Polski Związek Piłki Nożnej; Transfermarkt oraz strony internetowe klubów



Przychód z dnia meczowego

Frekwencja na meczach piłkarskich odgrywa kluczową rolę w generowaniu przychodów klubów, zarówno w PKO Bank Polski Ekstraklasie, jak i w ligach na całym świecie. Zapelnione trybuny wpływają nie tylko na wysokość przychodów ze sprzedaży biletów, ale także na wzrost wartości marki klubu. W rezultacie, kluby mogą liczyć na większe przychody z umów sponsorskich oraz innych źródeł. Wysoka frekwencja na meczach ma zatem istotne znaczenie dla sukcesu zarówno sportowego, jak i finansowego drużyny.

Od czasów pandemii możemy zaobserwować ciągły wzrost frekwencji na meczach i przychodów przychodów z dnia meczowego w klubach PKO Bank Polski Ekstraklasa. W sezonie 2024/2025 wzrosły o kolejne 27 mln zł, do **211 mln zł**.

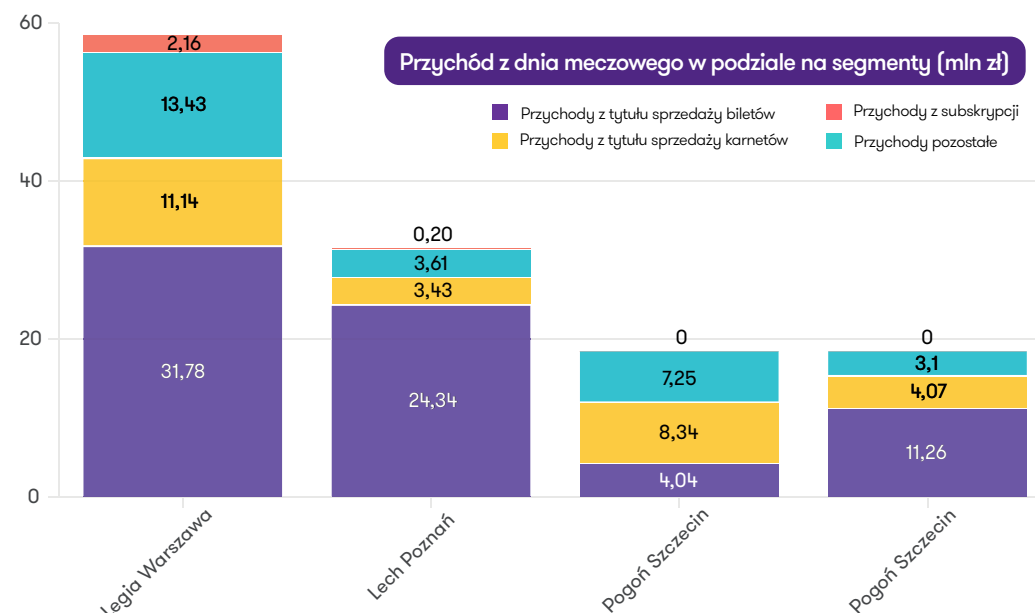
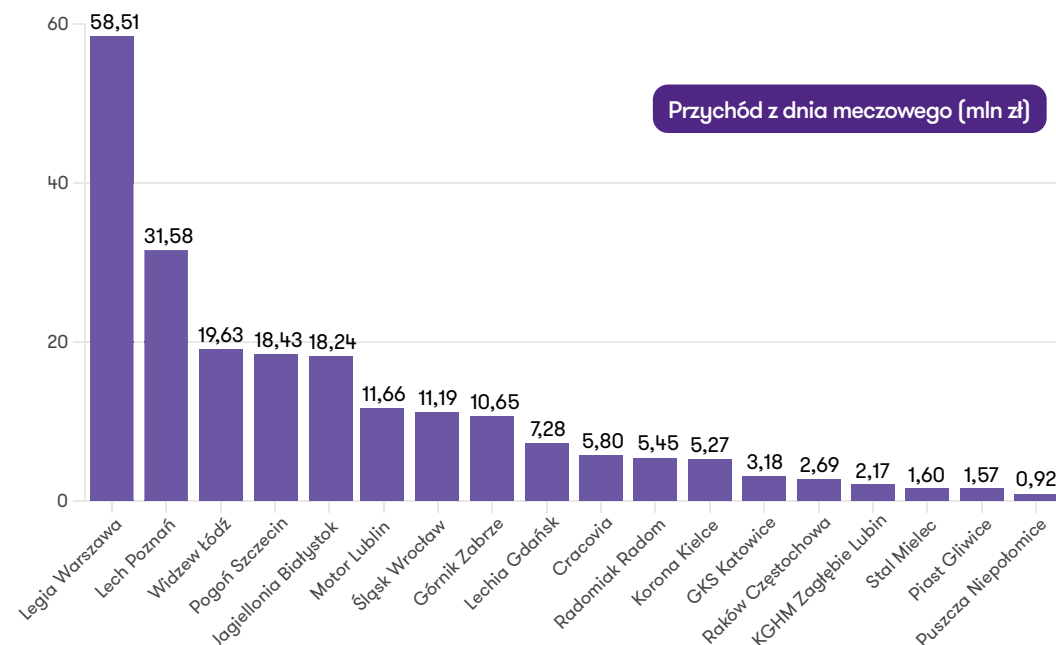
Legia Warszawa ponownie uzyskała największe przychody z dnia meczowego – na poziomie ponad **58,5 mln zł**. W większości składały się na nie przychody ze sprzedaży biletów (o wartości prawie 32 mln zł). Legia osiągnęła także najwyższe w lidze przychody ze sprzedaży karnetów, które przyniosły klubowi ponad 11 mln zł. Wynik ten w połączeniu z dużym wypełnieniem stadionu potwierdza silne przywiązanie kibiców i ich chęć regularnego uczestniczenia w meczach stołecznego zespołu.

Na drugim miejscu ponownie znalazł się Lech Poznań, którego główne wpływy z dnia meczowego pochodzą ze sprzedaży biletów. Na trzecią pozycję w sezonie 2024/2025 awansował Widzew Łódź, spychając z podium Pogoń Szczecin. Klub z Łodzi zwiększył przychody ze sprzedaży biletów oraz z pozostałych źródeł, a dzięki lojalnej bazie kibiców utrzymał stabilny poziom wpływów z karnetów, co pozwoliło mu awansować w zestawieniu.

REKORD FREKWENCJI 24/25:

41 109
WIDZÓW

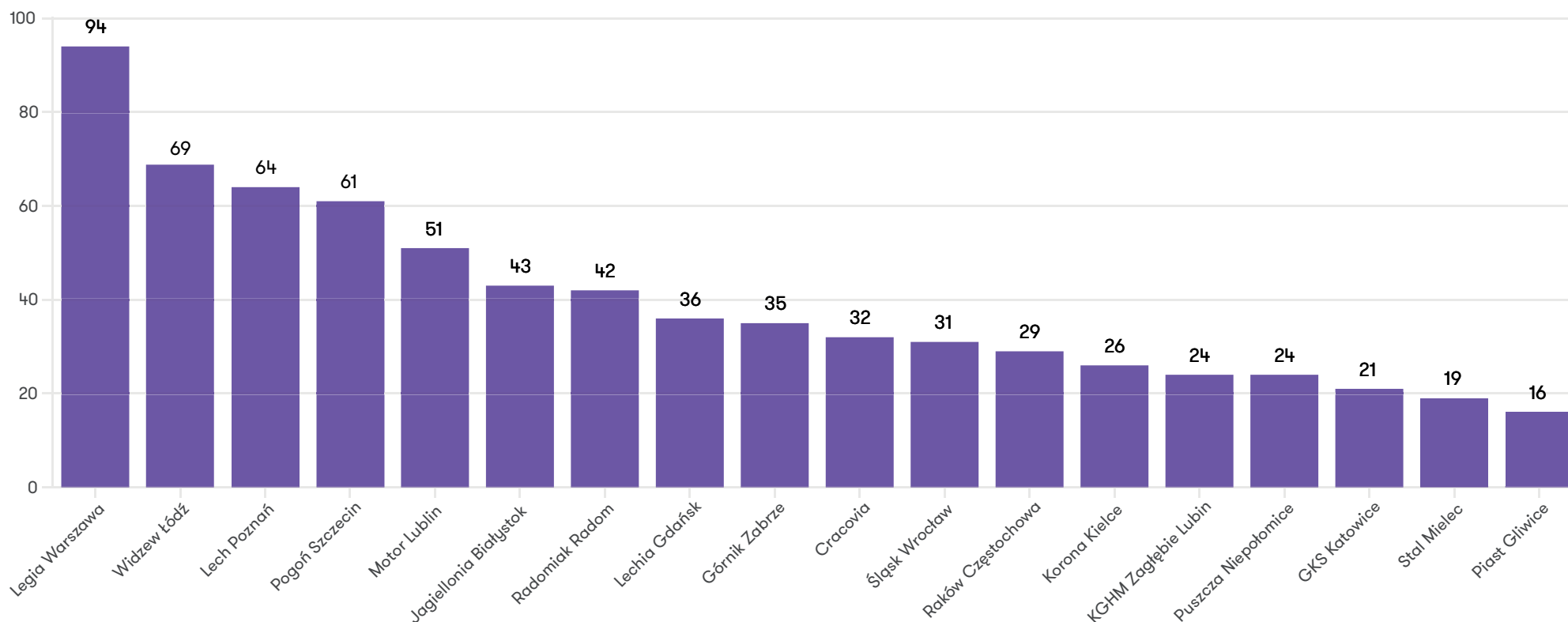
Lech Poznań vs. Piast Gliwice



Przychód w przeliczeniu na jednego kibica

Najwyższy przychód z dnia meczowego w przeliczeniu na widza ponownie osiągnęła Legia Warszawa – z wynikiem 94 zł. To blisko o połowę więcej niż wartości uzyskane przez kolejne w zestawieniu: Widzew Łódź (69 zł) i Lech Poznań (64 zł). To potwierdza, że kluby z wysoką frekwencją, jak Legia Warszawa, Widzew Łódź, Lech Poznań czy Pogoń Szczecin, potrafią osiągać nie tylko wysoką frekwencję, ale też wysokie przychody przeliczane na widza, np. utrzymując relatywnie wysokie ceny biletów czy osiągając wysokie przychody z cateringu. Kluby znajdujące się na ostatnich miejscach rankingu przychodów w przeliczeniu na widza często zapełniają stadion w znaczącym stopniu, ale prawdopodobnie robią to np. zachęcając kibiców niższymi lub zerowymi cenami biletów.

Średni przychód z dnia meczowego na kibica (w zł)



Podsumowanie

1 050

W analizowanym sezonie kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa wypracowały łącznie przychody w wysokości 1 050 mln zł (bez uwzględnienia przychodów transferowych), ustanawiając w ten sposób kolejny rekord i przebijając barierę miliarda zł. Wzrost przychodów uzyskały we wszystkich grupach, lecz największe zmiany osiągnięto w dwóch segmentach: przychody komercyjne wzrosły o 34 mln zł (do 404 mln zł), a przychody z dnia meczowego o 31 mln zł (do 215 mln zł).

220

Kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa z transferów zarobiły łącznie 220 mln zł, z czego 179 mln zł uzyskały z transferów zagranicznych. Udział transferów na rynku krajowym jednak wzrósł – kluby uzyskały z nich blisko 41 mln zł (rekordowe 18%). Wpływy te w sezonie 2023/24 stanowiły znaczny element budżetu klubów. Wysokie kwoty uzyskiwane z transferów przez polskie kluby są coraz bardziej powtarzalne. Największe wpływy ze sprzedaży zawodników uzyskał Raków Częstochowa – 76,5 mln zł – głównie dzięki sprzedaży trzech zawodników: Ante Crnaca, Vladana Kovačevića oraz Johna Yeboah. Dzięki znaczącym wpływom z transferów Raków uzyskał również imponujący bilans transferowy: 65,2 mln zł.

220,8

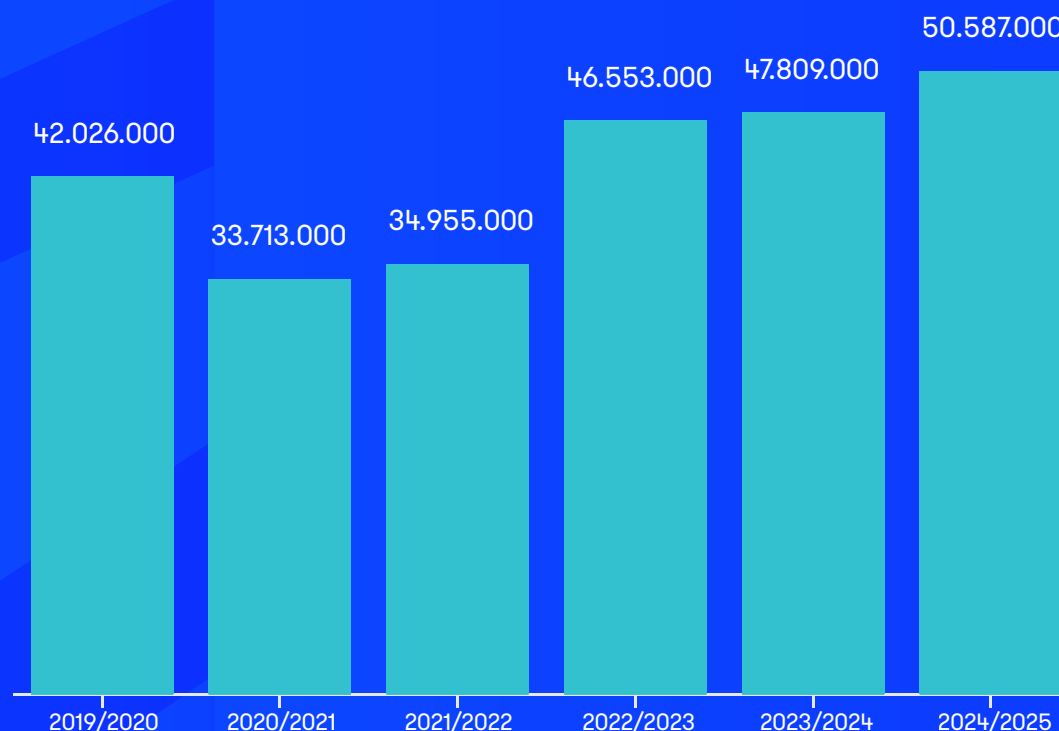
Na pierwszym miejscu tegorocznej edycji raportu ponownie uplasowała się Legia Warszawa, z przychodami z podstawowej działalności na poziomie 220,8 mln zł. Stołeczny klub wypracował wzrosty we wszystkich segmentach, a największe wpływy uzyskał z działalności komercyjnej oraz ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych, co było rezultatem udanych występów w Lidze Konferencji UEFA i wysokich wpływów z Ekstraklasa.

100

Drugie i trzecie miejsce (wymienne w zależności od ujęcia przychodów z podstawowej działalności czy też przychodów ogółem) zajęły Jagiellonia Białystok oraz Lech Poznań. Każdy z tych klubów przekroczył poziom 100 mln zł przychodów ogółem, jednak w przypadku działalności podstawowej Jagiellonia minimalnie – o niespełna 1 mln zł – wyprzedziła Lecha. O ostatecznym zajęciu przez Lech drugiego miejsca w zestawieniu przychodów ogółem zadecydowały jednak wysokie przychody transferowe, które pozwoliły mu prześcignąć Jagiellonię.

Oglądalność PKO Bank Polski Ekstraklasa

W sezonie 2024-2025 oglądalność meczów PKO Bank Polski Ekstraklasa w kanałach Canal+ i TVP wyniosła prawie 50,6 mln widzów. To kolejny rok wzrostu oglądalności. Dla porównania, trzy sezony wcześniej wynik ten był o 16 mln niższy.

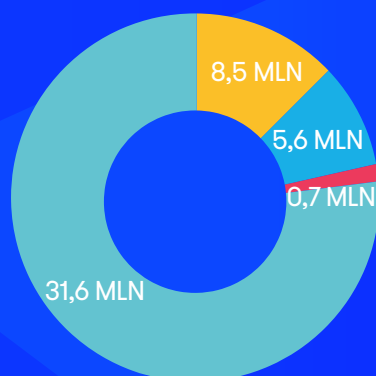


Źródło: Opracowanie własne Ekstraklasa SA na podstawie danych Canal+ oraz TVP.
Wszystkie mecze na kanałach Canal+ oraz TVP (jeden mecz w kolejce).

Oglądalność w podziale na kanały dotarcia

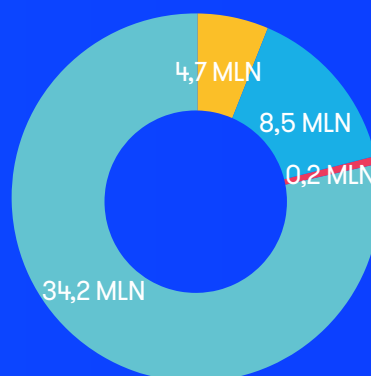
Okolo połowa widzów ogląda mecze za pośrednictwem Canal+, co szósty śledzi jeden z meczów w danej kolejce w TVP, a co czwarty ogląda transmisję on-line na telefonie, tablecie lub komputerze.

2022/2023



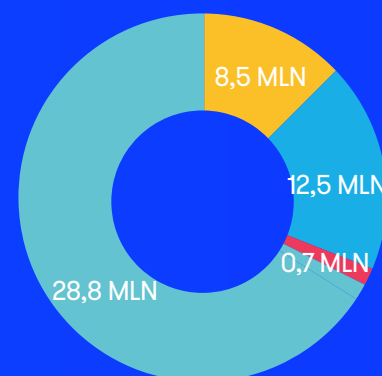
46,5 mln

2023/2024



47,8 mln

2024/2025



50,8 mln

■ OGLĄDALNOŚĆ CANAL+ TV
■ OGLĄDALNOŚĆ CANAL+ ONLINE

■ OGLĄDALNOŚĆ TVP TV
■ OGLĄDALNOŚĆ TVP ONLINE

źródło: Opracowanie własne Ekstraklasa SA na podstawie danych Canal+ oraz TVP.



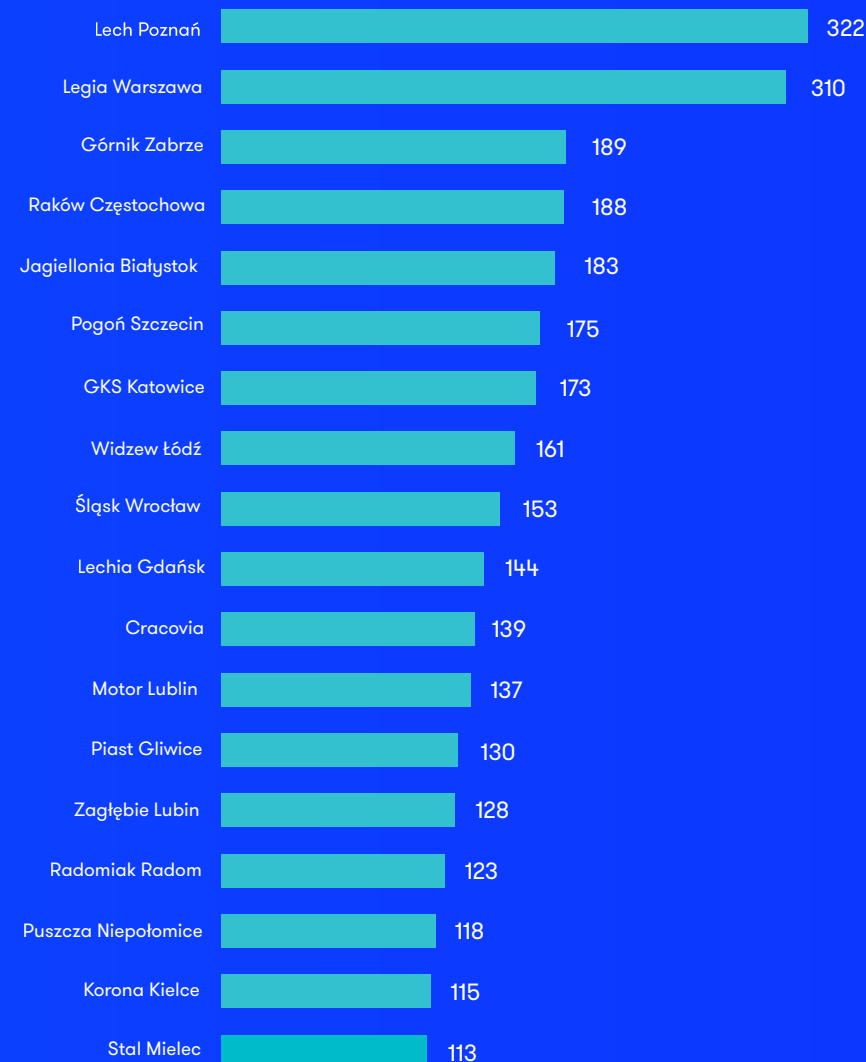
Średnia oglądalność klubów w sezonie 2024/2025 (1. – 34. kolejka)

Mecze z największą oglądalnością:

1. Lech Poznań – Legia Warszawa (15. kolejka): **1 515 000**
2. Legia Warszawa – Lech Poznań (32. kolejka): **874 000**
3. Raków Częstochowa – Legia Warszawa (25. kolejka): **624 000**
4. GKS Katowice – Lech Poznań (33. kolejka): **602 000**
5. Lech Poznań – Górnik Zabrze (1. kolejka): **514 000**

źródło: Opracowanie własne Ekstraklasa SA na podstawie danych Canal+ oraz TVP.

Średnia oglądalność klubów w sezonie 2024/2025 (w tys.)



ŁĄCZNA OGŁĄDALNOŚĆ TV

Canal+ Sport 3, Canal+ Sport,
Canal+ Sport 5, TVP 2, TVP Sport

37 mln 363 tys.

Poprzedni sezon: 38 mln 957 tys.

ŁĄCZNA OGŁĄDALNOŚĆ ONLINE

Canal+ Online,
TVP Sport

13 mln 224 tys.

Poprzedni sezon: 8 mln 852 tys.

ŁĄCZNA OGŁĄDALNOŚĆ

50 mln 587 tys.

Poprzedni sezon: 47 mln 809 tys.

ŚREDNIA WIDOWNIA KOLEJKI

(1/34)

1 mln 488 tys.

Poprzedni sezon: 1 mln 406 tys.

ŚREDNIA WIDOWNIA MECZU

(1/306)

165 tys.

Poprzedni sezon: 156 tys.

NAJLEPSZY MECZ W SEZONIE:

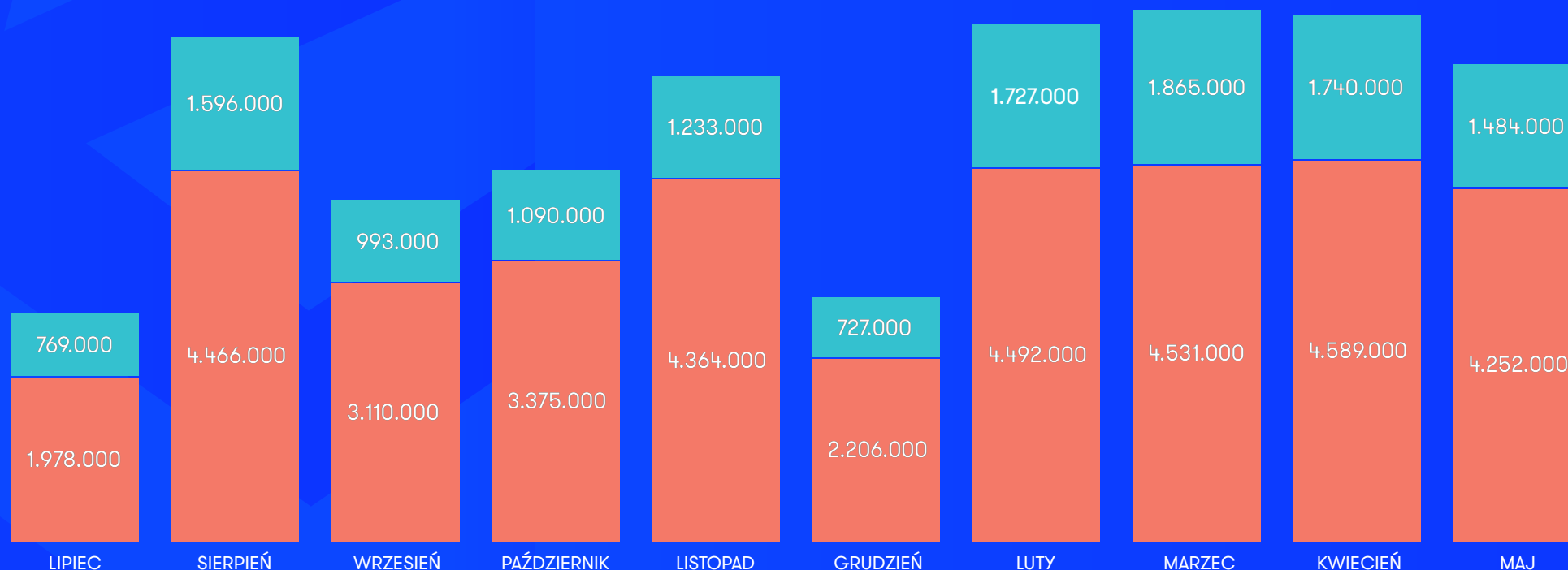
1 MLN 515 TYS.

Legia Warszawa – Lech Poznań

(15. kolejka)

Oglądalność 2024/2025

■ ONLINE ■ TV

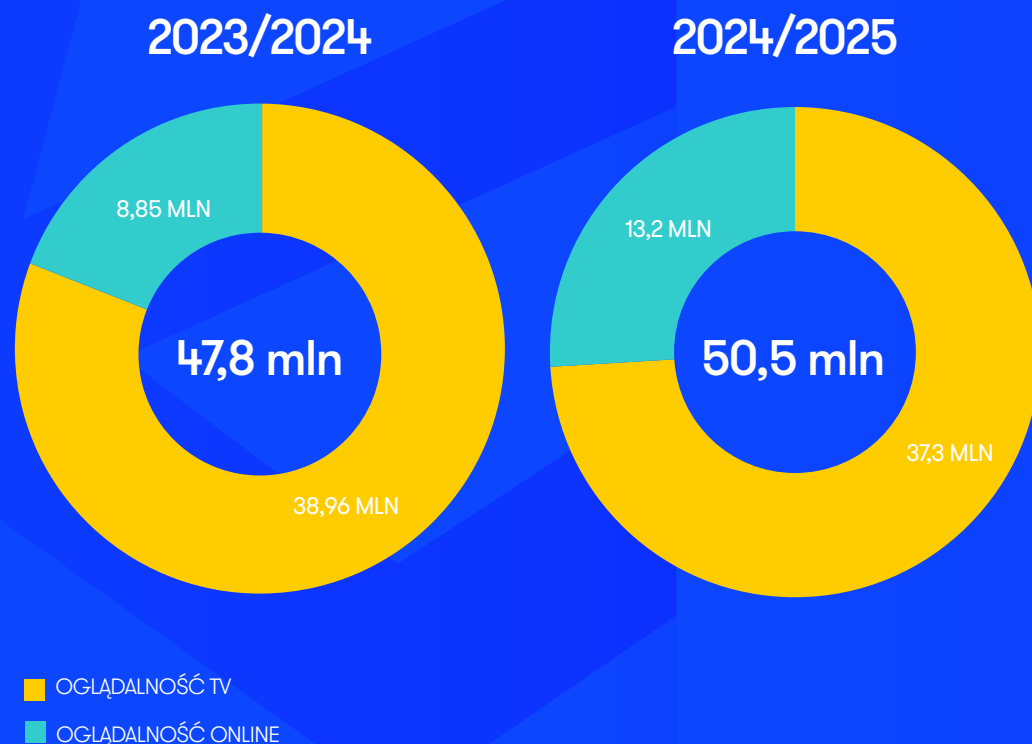


źródło: Opracowanie własne Ekstraklasa SA na podstawie danych Canal+ oraz TVP.



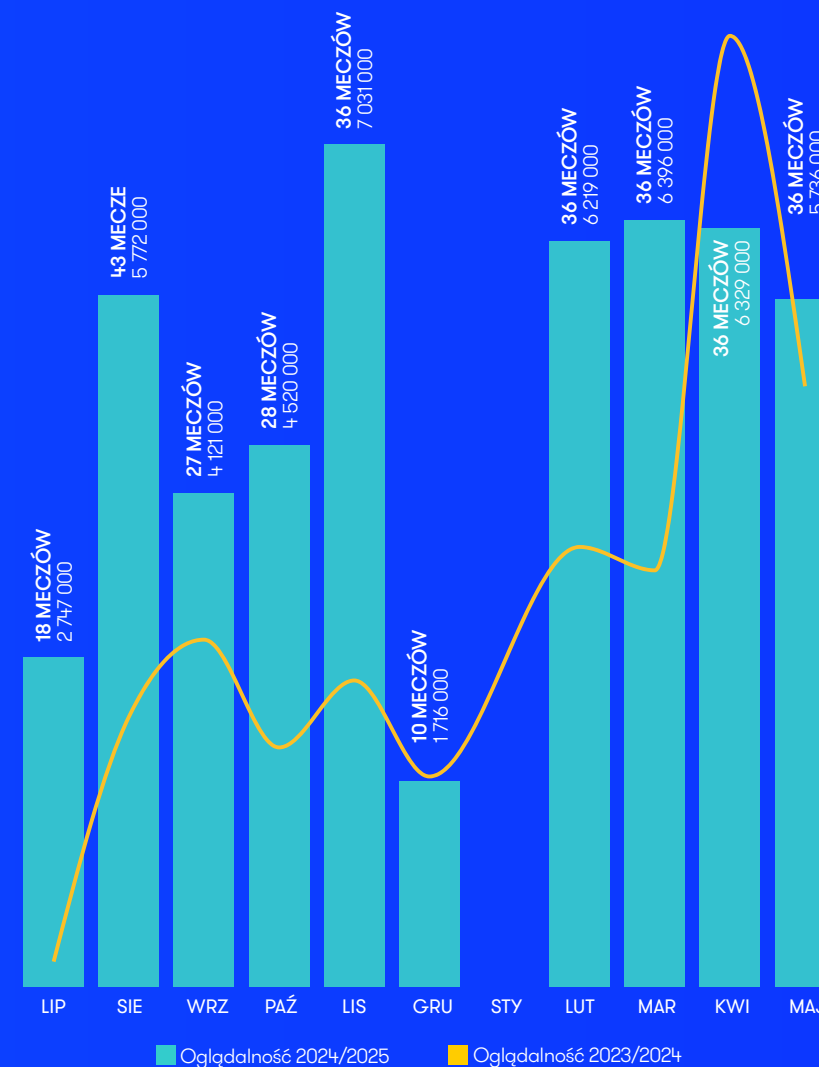
Porównanie łącznej oglądalności w sezonie 2024/2025 i 2023/2024

Oglądalność 2024/2025 w porównaniu do poprzednich sezonów



Źródło: Opracowanie własne Ekstraklasa SA na podstawie danych Canal+ oraz TVP.
 Sezon 2023/2024: mecze na kanałach Canal+ Sport, Canal+ Sport 3, Canal+ Family, Canal+ Premium i Canal+ Online.

Meczów w rundzie: 306
 Liczba widzów w sezonie: 50 587 000



Social media

Ekstraklasa dynamicznie umacnia swoją pozycję również poza boiskiem – wśród liczby obserwujących oficjalne kanały social media (Facebook, Instagram, Twitter/X, TikTok, YouTube) europejskich lig piłkarskich zajęła 8. miejsce z wynikiem sumarycznie 1,74 mln fanów, wyprzedzając m.in. turecką Super Lig, szkocką Premiership i belgijską Pro League.

Aktywna obecność na wszystkich kluczowych platformach, dedykowana strategia treści oraz rosnące zaangażowanie kibiców w kraju i za granicą sprawiają, że Ekstraklasa stała się jednym z najbardziej perspektywicznych projektów cyfrowych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, a dystans do lig z Portugalii i Holandii systematycznie się zmniejsza, otwierając drogę do miejsca w europejskiej czołowej siódemce.

Liczba obserwujących konta 10 największych lig europejskich (na koniec czerwca 2025 r.)

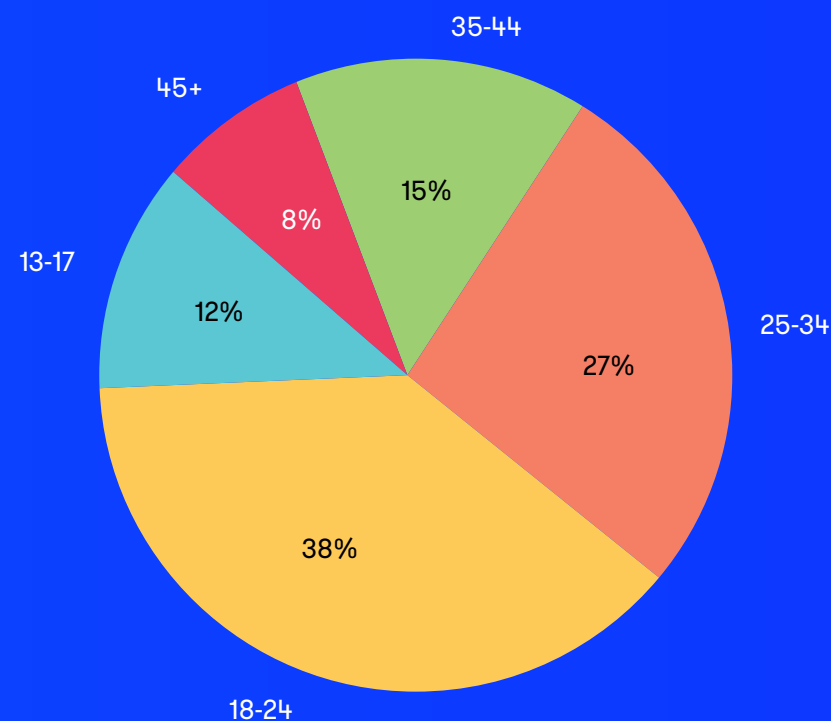
LP	Liga	Kraj	Liczba obserwujących (k)
1	PREMIER LEAGUE	ENG	215 922,00
2	LA LIGA	ESP	207 334,03
3	BUNDESLIGA	GER	42 423,00
4	LIGUE 1	FRA	43 960,00
5	SERIE A	ITA	35 510,95
6	EREDIVISIE	NED	1 990,24
7	LIGA PORTUGAL	POR	1 949,30
8	EKSTRAKLASA	POL	1 737,10
9	SUPER LIG	TUR	1 636,50
10.	PREMIER LEAGUE	SCO	1 159,10



Odbiorcy mediów społecznościowych

Media społecznościowe Ekstraklasa konsumowane są przede wszystkim przez najmłodszych odbiorców – prawie połowa społeczności online to osoby do 24. roku życia. To właśnie ta grupa odpowiada za największe zaangażowanie, szczególnie na TikToku i Instagramie, które są kluczowymi kanałami komunikacji z młodszym pokoleniem kibiców. Struktura demograficzna odbiorców jest w pełni zgodna ze strategią Ekstraklasa, która zakłada docieranie do nowej generacji fanów poprzez dynamiczne formaty, nowoczesne opowiadanie historii i angażujące treści wideo. Starsze grupy wiekowe pozostają ważnym elementem społeczności, jednak to młodzi stanowią fundament rozwoju i przyszłości cyfrowej obecności ligi.

Odbiorcy mediów społecznościowych PKO Bank Polski Ekstraklasa w podziale na grupy wiekowe



Ekspansja międzynarodowa

Ekstraklasa konsekwentnie rozwija swoją obecność na rynkach zagranicznych, poszerzając zasięg transmisji ligowych spotkań. **Wszystkie mecze rozgrywane przez PKO Bank Polski Ekstraklasę zagraniczni kibice mogą oglądać poprzez serwis streamingowy Ekstraklasa.TV** (poza krajami objętymi licencją na wyłączność oraz Rosją i Białorusią),

Niezależnie zawarto umowę z umowę z BEIN Sports, obejmującą transmisje na terenie Stanów Zjednoczonych i Kanady, co otwiera dostęp do jednego z największych i najbardziej wymagających rynków sportowych na świecie.

Na rynku niemieckojęzycznym sfinalizowano kontrakt z Sportdigital Fussball, który zagwarantował transmisje w Niemczech, Austrii i Szwajcarii. Z kolei w Ameryce Południowej prawa do pokazywania Ekstraklasa nabyła stacja FOX Sports w Argentynie. W Hiszpanii rozgrywki są dostępne dzięki współpracy z serwisem GolStadium. Dynamiczny rozwój sieci partnerskiej świadczy o rosnącym zainteresowaniu polską piłką nożną na świecie oraz o skutecznej strategii ekspansji medialnej Ekstraklasa. Dzięki temu liga zyskuje coraz większą rozpoznawalność, a polski futbol trafia do szerokiego grona międzynarodowych odbiorców.



Nadawca: **CANAL+ and TVP**
Kraje: **POLSKA**

Nadawca: **BEIN SPORTS**
Kraje: **USA, KANADA**



Nadawca: **SPORTDIGITAL**
Kraje: **AUSTRIA, NIEMCY, SZWAJCARIA**



Nadawca: **SPORT MEDIA GROUP**
Kraje: **LITWA, ŁOTWA, ESTONIA, MOŁDAWIA, UKRAINA**

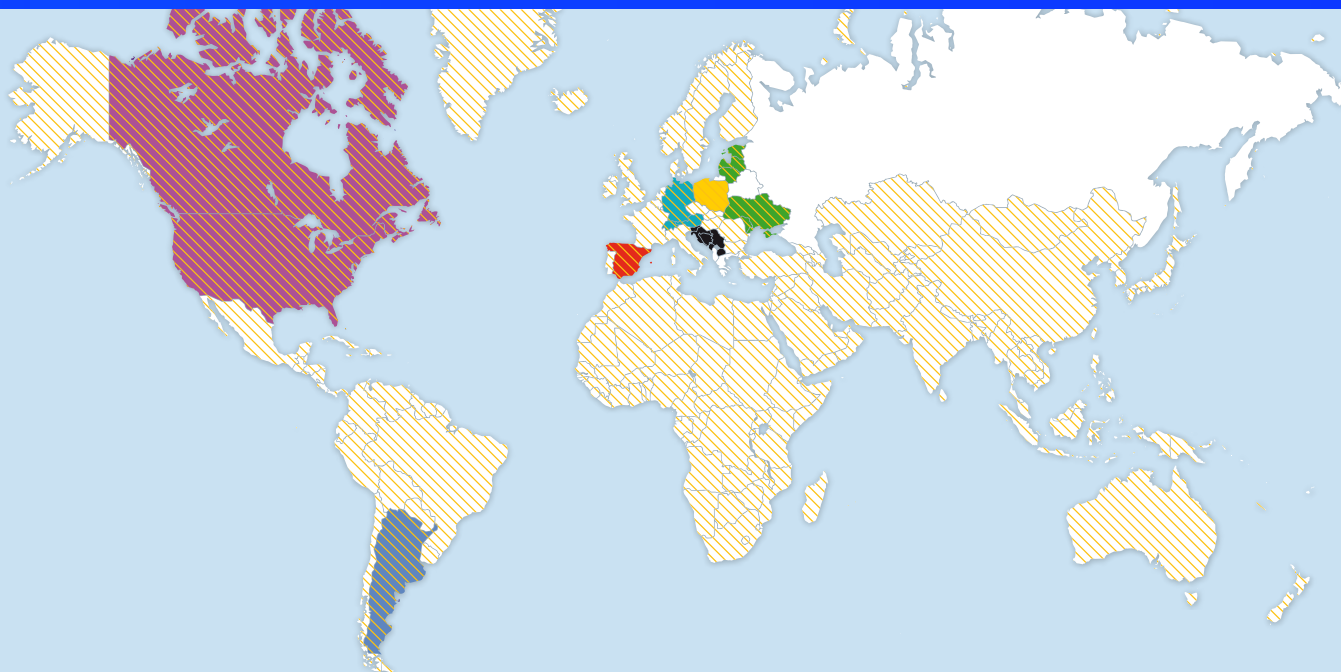


Nadawca: **GOLSTADIUM**
Kraje: **HISZPANIA**

Nadawca: **FOX SPORTS**
Kraje: **ARGENTYNA**



Nadawca: **ARENA SPORT**
Kraje: **BOŚNIA I HERCEGOWINA, SERBIA, KOSOVO, SŁOWENIA, CHORWACJA, CZARNOGÓRA, MACEDONIA PÓŁNOČNA**



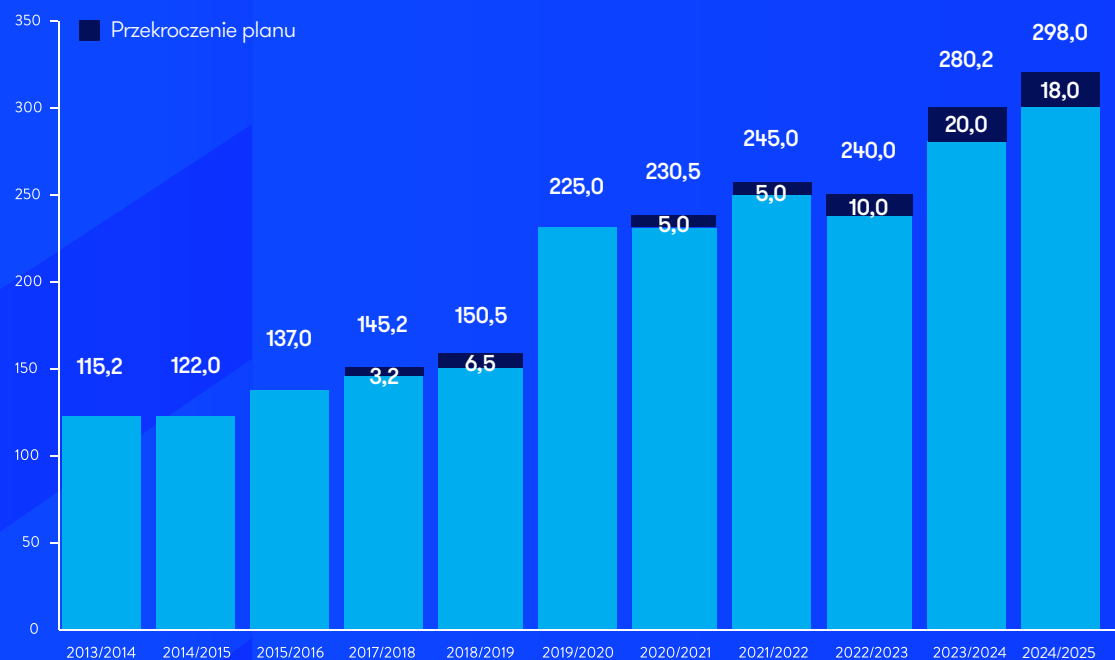
Środki przekazywane klubom

Od kilku lat do klubów trafiają z Ekstraklasa coraz większe środki, co przekłada się na większe emocje w lidze, lepsze wyniki w europejskich pucharach i wyższą pozycję w rankingu UEFA.

W sezonie 2024/25 Ekstraklasa wypłaciła 18 klubom ponad 298 mln zł. W porozumieniu z Radą Nadzorczą podjęto również decyzję o odłożeniu części wypracowanych wówczas przychodów na kolejny sezon. Środki te trafią do drużyny, która zajmie piąte miejsce w tabeli i uzyska prawo gry w europejskich pucharach. Zespół ten rozpocznie rywalizację od drugiej rundy eliminacji Ligi Konferencji, tak jak czwarta drużyna, dlatego wsparcie finansowe będzie na tym samym poziomie.

Obecnie głównym źródłem ligowych wpływów jest czteroletnia umowa z Canal+ na łączną kwotę 1,3 mld zł. Przychody najwyższej polskiej ligi piłkarskiej pochodzą także ze sprzedaży scentralizowanych praw marketingowych, w tym umów sponsorskich. W sezonie 2024/25 Ekstraklasę wspierali PKO Bank Polski jako partner tytularny oraz Totalizator Sportowy jako partner główny, a także Engelbert Strauss, Stihl, DrWitt, adidas, EA Sports, Sega, SportZoo, Tisa, Opta oraz marka Aztorin. Oprócz tego Ekstraklasa sprzedaje prawa mediowe za granicę oraz otrzymuje wpływy licencyjne związane z wykorzystywaniem wyników rozgrywek PKO Bank Polski Ekstraklasa przez firmy bukmacherskie.

Środki przekazane klubom przez Ekstraklasę - kolejny rekordowy sezon (w mln zł)



Założenia strategii rozwoju Ekstraklasa

AWANS

Ekstraklasa do grona czołowych lig w Europie
w wymiarach: sportowym, biznesowym, marketingowym i społecznym.

FILAR 1

WSPARCIE W PROFESJONALIZACJI
I ROZWOJU KLUBÓW

FILAR 2

PROMOCJA ROZGRYWEK
I KSZTAŁTOWANIE WIZERUNKU MARKI
EKSTRAKLASA JAKO PRODUKTU

FILAR 3

WSPARCIE I REPREZENTACJA KLUBÓW
W RELACJACH Z SEKTOREM PUBLICZNYM
I ORGANAMI REGULACYJNYMI

FUNDAMENTY DZIAŁALNOŚCI EKSTRAKLASY

ZARZĄDZANIE ROZGRYWKAMI
SPRZEDAŻ PRAW MEDIOWYCH
SPRZEDAŻ SCENTRALIZOWANYCH PRAW MARKETINGOWYCH

O CO GRAMY?

Wzrost popularności Ekstraklasa w Polsce
i jej znaczenia na arenie międzynarodowej

BOOSTER:

Wsparcie rozwoju klubów jako warunku
koniecznego dla awansu Ekstraklasa
i jej dalszej profesjonalizacji poprzez
realizację projektów ESA

CORE BUSINESS:

Dalsze zwiększanie efektywności
w realizacji podstawowych zadań Spółki,
także dzięki realizacji zadań
w ramach Strategii Rozwoju

Piramida partnerska

W sezonie 2025/2026 piramida partnerska rozgrywek Ekstraklasa po raz kolejny w historii została zapelniona. Rozgrywki wspiera szeroka gama partnerów z różnych branż – od bankowości i IT, przez odzież użytkową, po żywność i sprzęt ogrodniczy. Ekstraklasa współpracuje zarówno z firmami krajowymi, jak i międzynarodowymi.

Wśród kluczowych partnerów znajdują się m.in.:
 PKO Bank Polski, Totalizator Sportowy (marka LOTTO)
 APART (marka AZTORIN), STIHL, STRAUSS, CEDROB Foods (marka DUDA),
 DR WITT, LOTTO oraz firmy technologiczne.

Przykłady aktywacji partnerskich:

PKO Bank Polski: Karty płatnicze dla kibiców wszystkich klubów
 Nagroda „Młodzieżowiec Miesiąca” | Program Partnerski
 dla Klubów Ekstraklasa

AZTORIN: Dedykowany zegarek Ekstraklasa | Odliczanie czasu meczu

LOTTO: Sponsor nagrody „Numer Miesiąca” | Partner oficjalnej aplikacji
 Partner Ligi Fantasy

STIHL: Content branżowy (Greenkeeper) | Sezonowe konkursy i aktywacje
 promocyjne wybranych produktów

DR WITT: Partner Tytułarny statystyk meczowych („DrWitt Stats”)
 Oficjalny Napój Ekstraklasa

DUDA: „Kanapa kibica” | Konkursy dla fanów w dni meczowe



Najważniejsze wyniki klubów

Przychody klubów ogółem

1. Legia Warszawa
2. Lech Poznań
3. Raków Częstochowa
4. Jagiellonia Białystok
5. Pogoń Szczecin
6. Cracovia
7. Widzew Łódź
8. Śląsk Wrocław
9. Górnik Zabrze
10. KGHM Zagłębie Lubin
11. Piast Gliwice
12. Motor Lublin
13. Korona Kielce
14. Lechia Gdańsk
15. GKS Katowice
16. Radomiak Radom
17. Stal Mielec
18. Puszcza Niepołomice



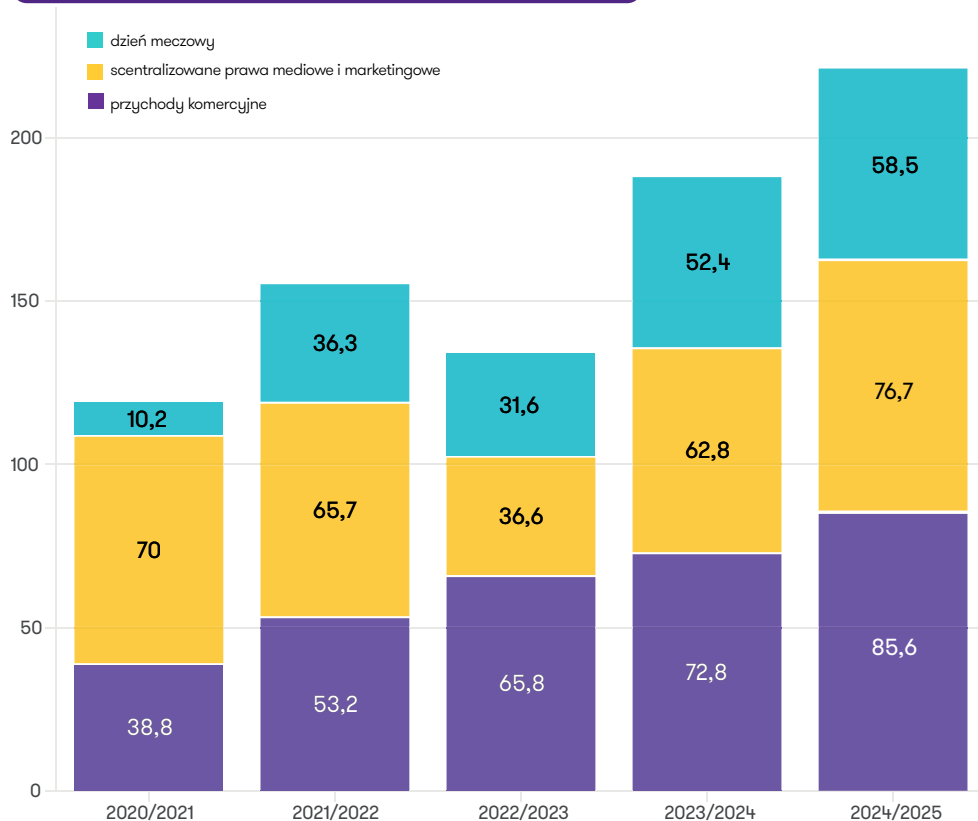


1. MIEJSCE W RANKINGU

Legia Warszawa

Legia Warszawa kolejny rok z rzędu zwyciężyła w przychodowym rankingu. „Wojskowi” po raz drugi przekroczyli próg 200 mln zł przychodów z działalności podstawowej. Sukcesy sportowe w postaci zdobycia STS Pucharu Polski oraz dojścia do ćwierćfinału Ligi Konferencji (w tym zwycięstwo z Chelsea F.C na Stamford Bridge) były motorami napędowymi biznesowego rozwoju. Skalę finansowej dominacji „Legionistów” uwiadamia nadwyżka nad wiceliderem (85,55 mln zł) przewyższająca przychody 14 z 18 ligowych rywali.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

230,87

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
220,77 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
10,10 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
48% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
24 872

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
10 427

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
58,51

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
893 962

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

20,56



KOSZULKA (SZT.)
31 666



ZAWODNIK
RYOYA MORISHITA



SZALIK (SZT.)
26 830

”

Sezon 2024/2025 był dla nas ważnym krokiem naprzód. Awans do ćwierćfinału Ligi Konferencji Europy i emocjonujące mecze z Chelsea pokazały, że Legia coraz mocniej zaznacza swoją obecność na europejskiej mapie futbolu. Dodatkowo zdobycie Pucharu Polski było dowodem jakości naszej drużyny i konsekwencji w dążeniu do trofeów. Jednocześnie 5. miejsce w Ekstraklasie pozostawiło w nas sportowy niedosyt – w nowym sezonie naszym głównym celem jest odzyskanie tytułu Mistrza Polski.

Rok 2024/2025 był rekordowy także finansowo. Przychody operacyjne sięgnęły 220,8 mln zł – to drugi najlepszy wynik w historii klubu. Ponad jedną trzecią z tej kwoty stanowiły prawa telewizyjne, w dużej mierze dzięki grze w Europie. Zanotowaliśmy też historyczne wyniki w sprzedaży biletów i karnetów – 45,1 mln zł, tu także dzięki udziałowi w 1/8 i ćwierćfinale Ligi Konferencji UEFA – a także w sprzedaży pamiątek i wykorzystaniu stadionu. Przychody ze sponsoringu i reklamy utrzymały się na poziomie bliskim rekordowi – 35 mln zł.

W transferach postawiliśmy na stabilność drużyny. Po rekordowym roku sprzedażowym świadomie zdecydowaliśmy się zatrzymać kluczowych zawodników i jeszcze wzmocnić skład. W efekcie przychody transferowe były niższe (10 mln zł wobec 79 mln zł rok wcześniej), ale wierzymy, że ta decyzja była niezbędna, by osiągnąć nasze sportowe cele.

Budujemy przyszłość z rozwagą. Ostatecznie sezon 2024/25 pokazał nasz potencjał – zarówno sportowy, jak i organizacyjny. Nadal chcemy odzyskać mistrzostwo Polski i regularnie grać w Europie, aby dać kibicom jeszcze więcej radości. Kluczowe decyzje podejmujemy razem z naszymi dyrektorami, trenerami i ekspertami, w oparciu o analizę danych i założenia strategiczne. Wiemy, że sport bywa nieprzewidywalny, dlatego nasze działania są planowane z uwzględnieniem różnych scenariuszy.

W letnim oknie transferowym 2025 r. Klub także zainwestował, tym razem najwyższe w historii, środki we wzmocnienia i podniesienie potencjału drużyny – wierzymy, że jest to fundament do realizacji naszych ambitnych celów. Zrobiliśmy to w oparciu o wiedzę i doświadczenie naszego działu sportowego i sztabu. Wiemy jednak, że sport bywa nieprzewidywalny – ostateczne wyniki zależą od zdrowia zawodników, przebiegu rozgrywek czy sytuacji na rynku transferowym. Dlatego, jednocześnie zrealizowaliśmy transfery wychodzące kilku piłkarzy, którzy dzięki grze w Legii rozwinęli umiejętności i udowodnili swój potencjał.

Patrzymy w przyszłość z optymizmem, ale i realizmem. Inwestycje w drużynę to świadome, „kalkulowane” ryzyko, które ma dać kibicom radość i klubowi rozwój. Zdajemy sobie sprawę, że na ostateczne wyniki wpływa wiele czynników, także tych poza naszą kontrolą. Dlatego działamy odpowiedzialnie, staramy się elastycznie reagować na sytuację i zawsze myślimy o długoterminowej sile Legii Warszawa.



Jarosław Jurczak

Wiceprezes Zarządu ds. Finansowych



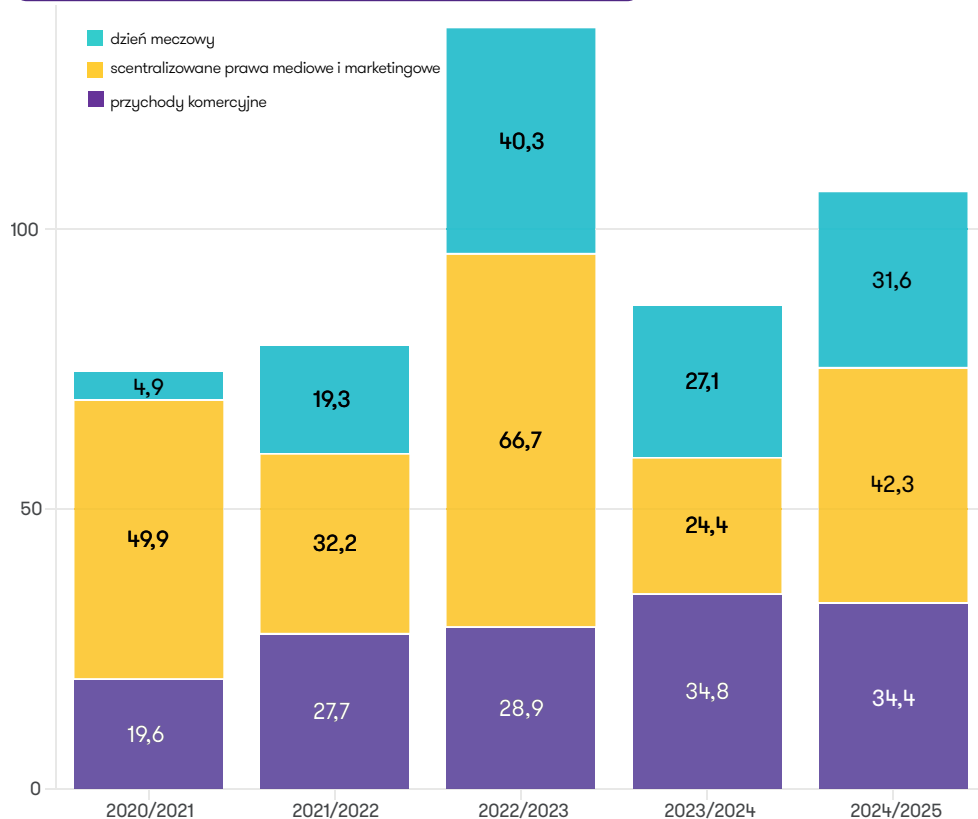


2. MIEJSCE W RANKINGU

Lech Poznań

Lech Poznań wynikiem 145,3 mln zł utrzymał 2. miejsce w rankingu przychodów ogółem klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa. Głównym istotnym czynnikiem było zdobycie Mistrzostwa Polski, co zdynamizowało wpływ z dnia meczowego oraz z praw marketingowych i mediowych. Jest to drugi tytuł Lecha w ciągu ostatnich czterech lat, co pokazuje stabilizację klubu zarówno pod względem finansowym, jak i sportowym. Warto również docenić wsparcie kibiców Lecha Poznań, przynoszące klubowi najwyższą średnią frekwencji w lidze (około 29 tys. średnio w meczu).

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

145,32

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
108,30 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
37,02 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
52% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
29 064

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
7 560

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
31,28

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
388 596

MERCH

PRZYCHÓD
Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

16,1



KOSZULKĄ (SZT.)
15 100



NAJCZĘŚCIEJ
MIKAEL ISHAK



SZALIK (SZT.)
43 000

”

Sezon 2024/25 był dla nas niezwykle udany. Osiągnięty został sportowy cel nadrzędny, czyli mistrzostwo Polski. Ten sukces był motorem napędowym rozwoju biznesowego w tym okresie. Przełożył się na pobicie drugi rok z rzędu rekordu frekwencji w XXI wieku w Ekstraklasie - na nasze mecze na Enea Stadionie przy Bułgarskiej przychodziło średnio prawie 30 tys. kibiców, co stanowiło wzrost o ponad 16 procent w porównaniu z sezonem 23/24. Aż na siedmiu meczach mieliśmy frekwencję powyżej 30 tysięcy. Dynamika wzrostu pokazuje, że dzięki podejmowanym działaniom nasza oferta jest atrakcyjna dla różnych grup kibiców. Pokazują to przychody z merchandisingu, które także były dla nas rekordowe i przekroczyły już 16 mln zł.

Przy ocenie wydatków należy zwrócić uwagę, że wygenerowana strata finansowa okazała się niższa od zakładanej w budżecie - zresztą nasz wynik finansowy oceniamy zawsze w szerszej perspektywie, czyli kilkuletniej, co pozwala nam nie wpadać w turbulencje. Dla przykładu, UEFA uznaje, że wydatki na wynagrodzenia nie powinny przekraczać 70 proc. przychodów. I konsekwentnie spełniamy ten warunek, co jest dowodem na odpowiedzialne prowadzenie klubu, którego finanse są w pełni bezpieczne. Spełniamy tutaj wszelkie stawiane przed nami wymagania. Co nie oznacza, że nie podejmujemy ryzyka związanego z transferami, bo rok w rok znajdujemy się na szczycie bądź w ścisłej czołówce klubów, które wydają najwięcej na pozyskanie nowych piłkarzy - takich, którzy mają nam dać możliwość walki o trofea. Miniony sezon jest tego najlepszym potwierdzeniem.

Zwiększone przychody przeznaczamy na rozwój potencjału sportowego pierwszej drużyny, jak i również klubowej akademii. W tym momencie roczne koszty akademii przekraczają już kwotę 20 milionów złotych.

Warto tutaj wspomnieć o sekcji kobiet, na którą nakłady co roku podwyższaliśmy, a ta stopniowa profesjonalizacja krok po kroku zaprowadziła do sukcesu sportowego, czyli awansu do Ekstraligi. Stało się to wiosną 2025, a dodatkowo drużyna U-18 w debiutanckim sezonie wywalczyła mistrzostwo Polski. Na początku roku otworzyliśmy z kolei Lech Future, gdzie dajemy możliwość szkolenia dzieciom z Wielkopolski i nie tylko. Poza treningami mogą oni uczestniczyć w obozach sportowych czy też półkoloniach. W tym projekcie uczestniczy ponad 4 tysiące dzieci, z których najlepsi będą mieli możliwość znalezienia się w przyszłości w strukturach naszej akademii.

Niezwykle poważnie traktujemy również inwestycje w infrastrukturę, bo tutaj chcemy robić kolejne kroki. W okresie obejmującym raport w pełni zmodernizowane zostało boisko w sąsiedztwie Enea Stadionu. Szykujemy się również do budowy kompleksu boisk treningowych przy Bułgarskiej. Przygotowana jest już dokumentacja techniczna. Wkrótce otworzymy również boiska na poznańskim TTKF, to da nam kolejne możliwości rozwoju.

Powyższe przykłady są dowodem na to, że Lech inwestuje w ten sposób w przyszłość, która dzięki występom w europejskich pucharach rysuje się jako czas nowych sukcesów - zarówno na boisku, jak i poza nim.



Tomasz Kacprzycki

Dyrektor finansowy





3. MIEJSCE W RANKINGU

Raków Częstochowa

Wicemistrz Polski pod względem przychodów ogółem utrzymał 3. miejsce w lidze, z wynikiem około 143 mln zł. Zawdzięcza to przychodom transferowym (76,5 mln zł), w tym m. in. sprzedaży Ante Crnac'a do Premier League za 11 mln EUR. Brak występów w europejskich pucharach w minionym sezonie ma odzwierciedlenie w spadku przychodów z podstawowej działalności (96,1 do 66,5 mln zł).

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

142,92

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

66,45 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE

76,47 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ

50% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA

5 427

SPRZEDANE KARNETY

(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)

3 469

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)

2,69

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW

W BAZACH TICKETINGOWYCH

113 765

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

2,27



KOSZULKA (SZT.)

2 210



ZAWODNIK

FRAN TUDOR



SZALIK (SZT.)

2 771

”

Sezon 2024/25 potwierdził stabilną pozycję Rakowa wśród czołowych klubów w Polsce. Wysoka frekwencja na meczach oraz stały rozwój bazy sponsorów przełożyły się na dalszy wzrost przychodów, co umacnia fundamenty ekonomiczne Klubu. Zrównoważona polityka transferowa, łącząca pozyskiwanie perspektywicznych zawodników z efektywnym zarządzaniem kadrą, pozwoliła utrzymać Raków w bardzo dobrej kondycji finansowej. Znacząca część uzyskanych środków została przeznaczona na dalsze wzmacnianie drużyny, rozwój infrastruktury oraz profesjonalizację struktur organizacyjnych, co zwiększa potencjał sportowy i marketingowy Klubu.

Ważnym elementem minionego sezonu była także intensyfikacja działań komercyjnych, w tym rozszerzenie współpracy z partnerami biznesowymi i sponsorami, co dodatkowo wzmocniło stabilność przychodów. Raków systematycznie buduje swoją markę, zwiększając rozpoznawalność na rynku krajowym i międzynarodowym, a także umacniając reputację klubu zarządzanego w sposób odpowiedzialny i długofalowy. Wynik finansowy za miniony sezon ponownie zakończył się dodatnim saldem, co daje solidną podstawę do kolejnych inwestycji oraz dalszego rozwoju sportowego i organizacyjnego.

Raków coraz mocniej umacnia swoją pozycję jako nowoczesny i stabilny projekt, który potrafi łączyć sukcesy sportowe z rozsądną polityką finansową. Celem Klubu pozostaje rywalizacja o krajowe trofea oraz gra w wiosennej fazie pucharowej europejskich rozgrywek, co stanowi naturalny kierunek budowania pozycji Rakowa na arenie międzynarodowej i dalszego zwiększania jego potencjału ekonomicznego.



Bartosz Kuc

kierownik ds. finansowych



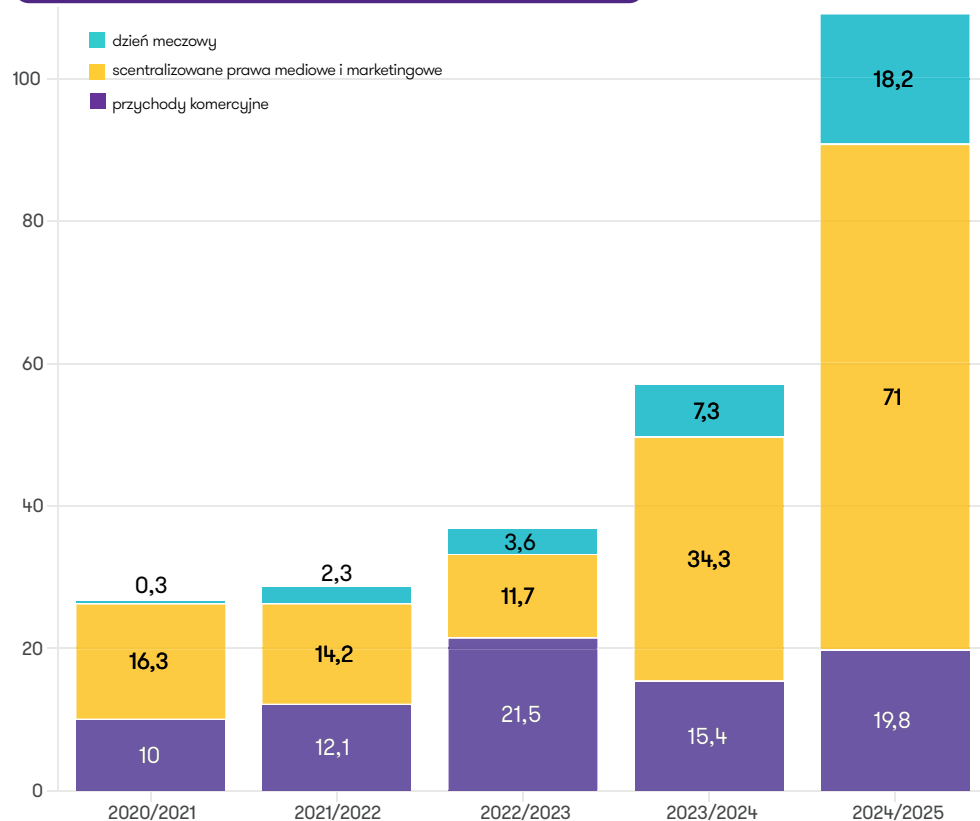


4. MIEJSCE W RANKINGU

Jagiellonia Białystok

Jagiellonia Białystok zanotowała wzrost o 3 pozycje w rankingu przychodów. Rozwój ekonomicznej siły „Jagi” został osiągnięty pomimo utraty tytułu Mistrza Polski. Zajęcie 3. miejsca w klasyfikacji przychodów z działalności podstawowej wynikało przede wszystkim z sukcesów międzynarodowych – pierwszego w historii „Dumy Podlasia” awansu do fazy ligowej europejskich rozgrywek, a następnie uczestnictwa w ćwierćfinale Ligi Konferencji UEFA. Skutkiem tego są m.in. wysokie przychody z praw mediowych i marketingowych oraz dnia meczowego.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

129,17

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
109,01 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
20,16 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
37% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
16 473

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
10 302

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
18,24

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
91 542

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)
7,01

KOSZULKĄ (SZT.)
7 020

ZAWODNIK
BRAK DANYCH

SZALIK (SZT.)
16 427

”

Sytuacja finansowa klubu w sezonie 2024/2025 była bardzo dobra. Osiągnęliśmy łączne przychody w wysokości ponad 129 mln zł, z czego blisko 44 mln zł pochodziło z rozgrywek UEFA, a kolejne 26 mln zł z tytułu praw mediowych PKO Bank Polski Ekstraklasa. Dodatkowo klub osiągnął znaczący zysk netto na poziomie ponad 38 mln zł. Wysoka frekwencja i wzrost przychodów biletowych, w tym ponad 13,6 mln zł ze sprzedaży biletów oraz 4,2 mln zł z karnetów, pokazują silne zaangażowanie kibiców i rosnące zainteresowanie klubem. Największym wyzwaniem było utrzymanie wysokiego poziomu sportowego i organizacyjnego przy jednoczesnym godzeniu obowiązków w trzech różnych rozgrywkach – PKO Bank Polski Ekstraklasa, europejskie puchary (LK) i Puchar Polski. Kluczowym aspektem było także utrzymanie zainteresowania kibiców i zachęcanie ich do regularnego udziału w meczach oraz budowanie silnej więzi z drużyną. Znaczącym wysiłkiem była również logistyka i organizacja dnia meczowego, szczególnie w kontekście rozgrywek UEFA, gdzie koszty sięgnęły 5,5 mln zł.

W sezonie 2025/2026 klub planuje utrzymać stabilną sytuację finansową oraz wysoką jakość sportową i organizacyjną. Udział w Lidze Konferencji, walka o miejsca 1–3 w Ekstraklasie oraz udział w Pucharze Polski stwarzają dodatkowe możliwości wzrostu przychodów, szczególnie z dnia meczowego, transmisji i marketingu. Liczymy na dalszy wzrost frekwencji oraz rozwój oferty komercyjnej — zarówno poprzez sprzedaż merchandisingu, jak i aktywizację bazy kibiców. Stawiamy również na rozwój akademii oraz kontynuację transferów wychodzących jako istotnego źródła przychodu. Istotnym elementem strategii na przyszłość jest także rozwój akademii piłkarskiej oraz kontynuacja transferów wychodzących, które stanowią ważne źródło przychodów. W ramach inwestycji w młodzież planowane jest rozpoczęcie budowy nowego ośrodka szkolenia, który zapewni profesjonalne warunki do rozwoju młodych zawodników. Nowoczesna infrastruktura oraz wykwalifikowana kadra trenerska mają przyczynić się do podniesienia poziomu sportowego wychowanków, co w dłuższej perspektywie wzmocni drużynę seniorską i zwiększy konkurencyjność klubu.

Dzięki skutecznemu szkoleniu oraz promocji młodych talentów, klub zyska dodatkowe możliwości generowania przychodów z transferów, co pozytywnie wpłynie na jego dalszy rozwój i stabilność finansową.



Marzena Romaniuk

Prokurent, Główna Księgowa



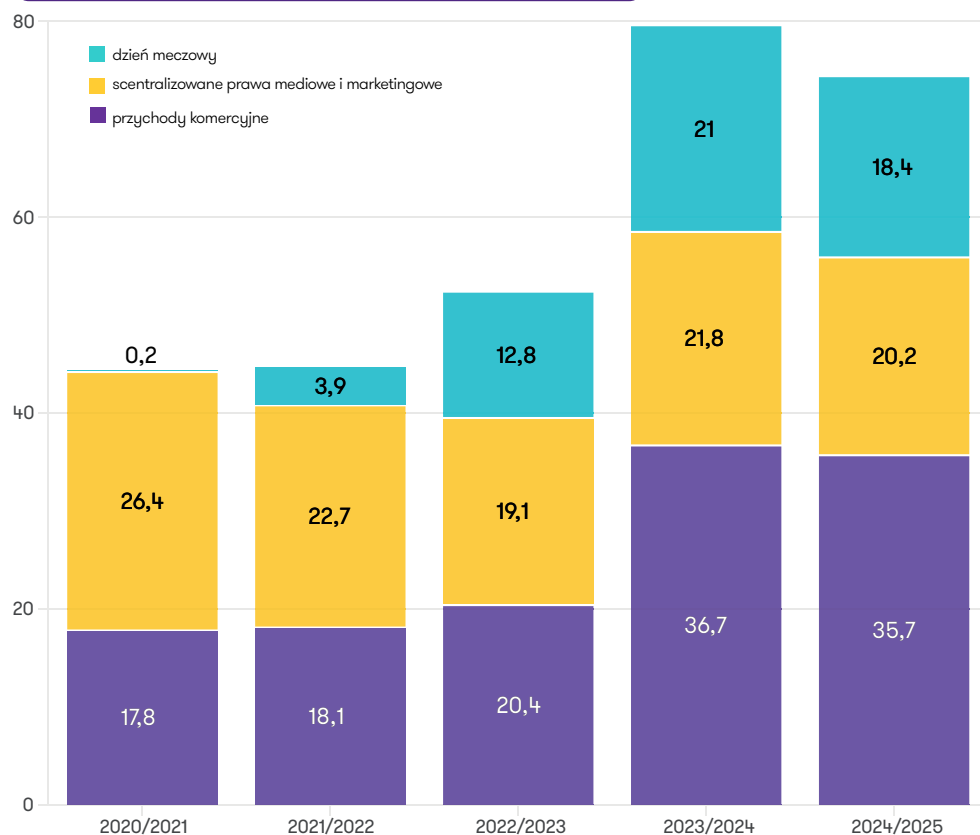


5. MIEJSCE W RANKINGU

Pogoń Szczecin

Pogoń Szczecin zanotowała spadek przychodów z 90,8 do 78,4 mln zł i jednocześnie spadek w rankingu przychodów z 4. na 5. miejsce. To przede wszystkim skutek obniżenia wpływów transferowych z 11,6 do 4,1 mln zł. Na wyróżnienie w Pogoni zasługują wysokie przychody z tytułu merchandisingu, w których „Portowcy” ustąpili tylko Legii i Lechowi. Te wpływy i wysoka frekwencja (84%), świadczą o dużym zaangażowaniu kibiców.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

78,41

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
74,32 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
4,09 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
55% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
17 791

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
18,43

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
4 793

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
243 941

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

8,85



KOSZULKĄ (SZT.)
14 650



ZAWODNIK
KAMIL GROSICKI



SZALIK (SZT.)
22 235

”

W sezonie 2024/2025 Pogoń Szczecin stanęła w obliczu poważnych wyzwań finansowych. Brak realizacji celów sportowych i transferowych w sezonie 2023/2024 doprowadził do wyraźnego pogorszenia płynności finansowej Klubu, który w I kwartale 2025 r. mierzył się z trudnościami w terminowym regulowaniu zobowiązań. Punktem zwrotnym było przejęcie Spółki przez kanadyjskiego biznesmena Alexa Haditaghiego, co otworzyło nowy rozdział w historii Pogoni. Wniesiony kapitał oraz konsekwentne działania restrukturyzacyjne pozwoliły znacząco zredukować zadłużenie i przywrócić równowagę finansową.

Równocześnie wzmocniono kadrę pierwszego zespołu nowymi zawodnikami, a potencjał przychodowy Klubu uległ istotnemu zwiększeniu. Mimo braku miejsca premiowanego udziałem w europejskich pucharach w sezonie 2024/2025 (po przegranym finale Pucharu Polski i meczu z Jagiellonią Białystok rozstrzygającym walkę o trzecie miejsce w lidze) Pogoń wkracza w sezon 2025/2026 z nową energią, dużymi nadziejami i wysokimi oczekiwaniami wobec wyników sportowych.



Piotr Derkowski

Członek Zarządu, Dyrektor Ekonomiczny Klubu



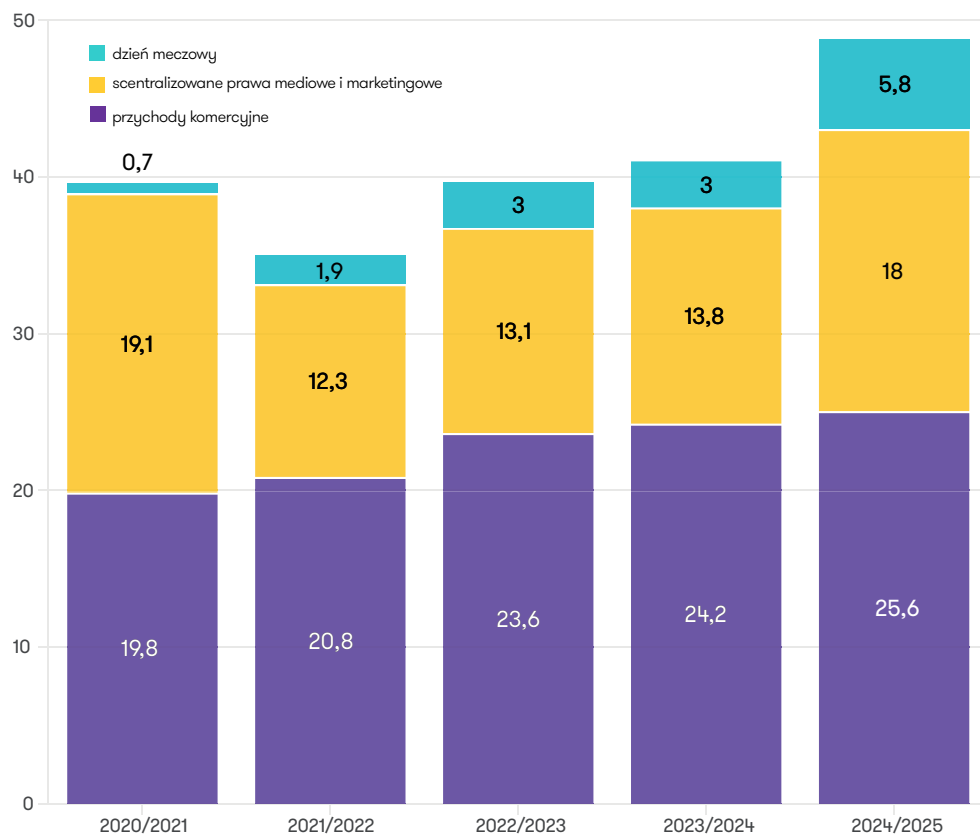


6. MIEJSCE W RANKINGU

Cracovia

W przypadku „Pasów” skok w ligowej tabeli szedł w parze ze skokiem w rankingu przychodów – klub zanotował tu awans z 10. na 6. miejsce. Przychody klubu wzrosły imponująco, z 42,4 do 64,3 mln zł. Silnie wzrosły wpływy ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych (wynagrodzenie zależne od wyniku sportowego), organizacji dnia meczowego (wzrost średniej frekwencji z 9 do 10,5 tys. widzów na mecz) oraz przychody z transferów (14,9 mln zł w stosunku do 0,9 mln zł w poprzednim sezonie).

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

64,3

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
49,37 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
14,93 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
59% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
10 548

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
2 891

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
5,80

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
142 392

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

2,49



KOSZULKA (SZT.)
10 019



ZAWODNIK
BENJAMIN KALLMAN



SZALIK (SZT.)
6 906

”

Sytuacja finansowa klubu wyraźnie się poprawiła. Cracovia odnotowała wzrost przychodów w różnych obszarach swojej działalności. Celem na nadchodzący sezon jest dalsza optymalizacja kosztów oraz utrzymanie pozytywnego trendu finansowego. Liczymy, że w przyszłym roku osiągnięte wpływy pozwolą na zbilansowanie budżetu bez konieczności wkładu własnego. Dążymy do systematycznego umacniania stabilności finansowej, tak aby w przyszłości klub generował dodatni wynik.



dr Mateusz Dróżdź

Prezes Zarządu



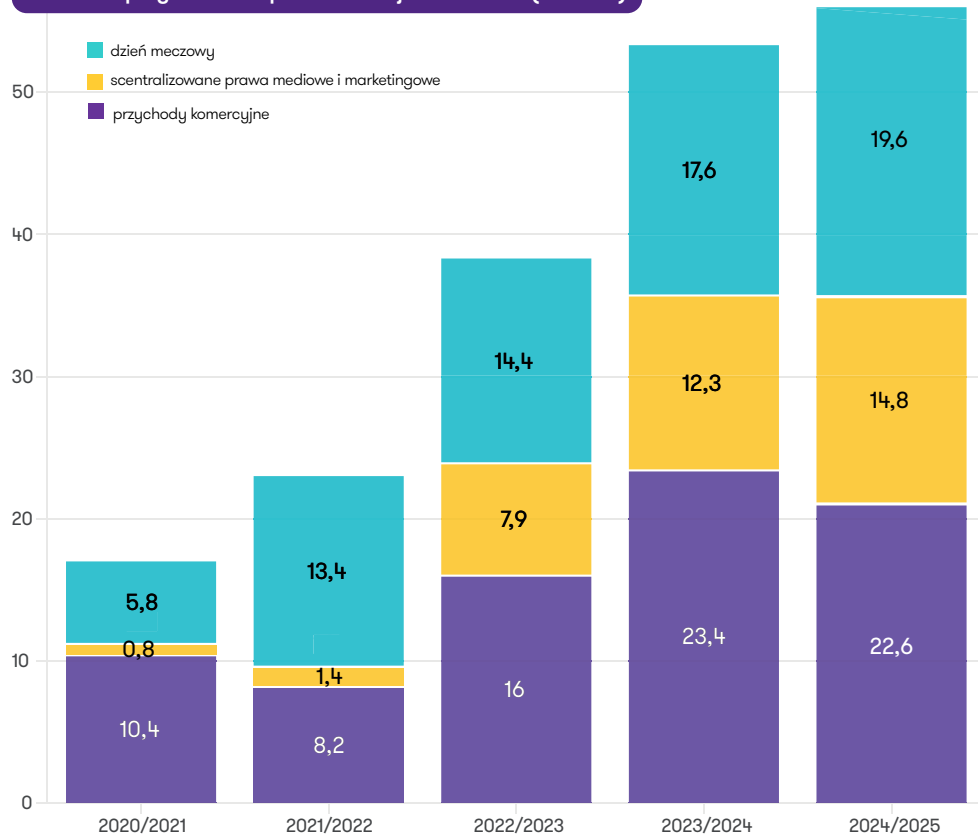


7. MIEJSCE W RANKINGU

Widzew Łódź

Za Widzewem Łódź kolejny stabilny rok, zarówno pod względem finansowym, jak i sportowym. RTS w minionym sezonie zajął 7. miejsce w rankingu przychodów ogółem, z wynikiem 64,1 mln zł (rok wcześniej 58,1 mln zł). Pod względem liczby zarejestrowanych kibiców klub zajmuje 3. miejsce w lidze i utrzymuje wysoką frekwencję (93%) i wysokie przychody z dnia meczowego. W nowym sezonie społeczność Widzewa doczeka się wielu zmian, a to za sprawą przejęcia klubu przez Roberta Dobrzyckiego, CEO & Co-Ownera Panattoni Europe.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

64,1

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
57,0 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
7,11 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
47% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
16 825

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
15 617

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
19,6

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
286 022

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

6,15



KOSZULKA (SZT.)
11 973



ZAWODNIK
IMAD RONDIC



SZALIK (SZT.)
10 022

”

Zrównoważona polityka przychodowo kosztowa wpłynęła pozytywnie na sytuację finansową Klubu. W badanym okresie spółka osiągnęła zysk brutto w kwocie 647 tys. zł. co kwalifikuje Klub Ekstraklasa na jednego z nielicznych, którzy mogą poszczycić się tak dobrą płynnością finansową spółki.

Największymi wyzwaniami biznesowymi Klubu w sezonie 24/25 było oczywiście zmiana akcjonariatu, w której to Pan Robert Dobrzycki stał się udziałowcem większościowym. Ta decyzja wpłynęła także pośrednio na zmiany strukturalne i reorganizację pionów sportowego, jak i organizacyjnego.

Kolejny sezon pod kątem finansowym to głównie inwestycje na poziomie sportowym, ale także kredytowanie spółki WTC w celu budowy ośrodka treningowego.



Tomasz Bisiorek

Dyrektor finansowy



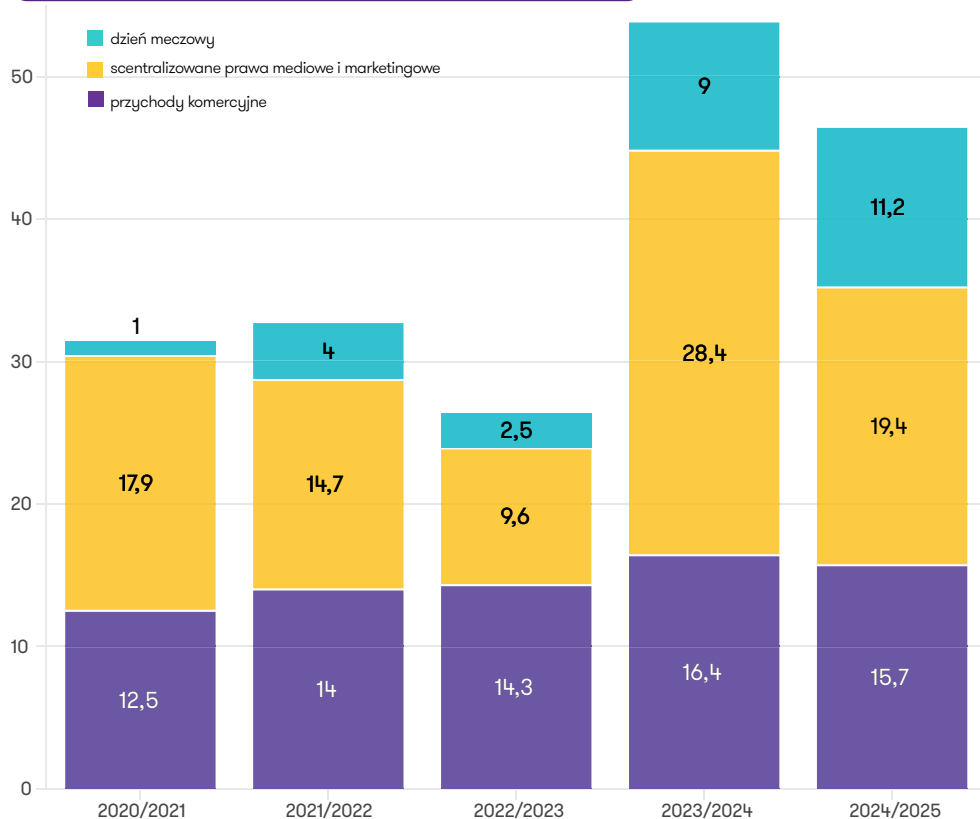


8. MIEJSCE W RANKINGU

Śląsk Wrocław

Śląsk Wrocław spadł na miejsce 8. w rankingu przychodów, co jest pochodną wyników sportowych (spadek do Betclac 1 Ligi). Sytuacja ta znalazła odzwierciedlenie w niższych przychodach ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych (pomimo 5,7 mln zł wpływów za uczestnictwo w kwalifikacjach w Ligi Konferencji UEFA). Stałym zjawiskiem jest jednak silne zaangażowanie kibiców, co przyniosło wysokie przychody z dnia meczowego czy z merchandisingu. Obciążeniem dla budżetu klubu był w minionym sezonie wysoki udział wynagrodzeń względem przychodów (98%).

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

60,42

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
46,36 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
14,06 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
75% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
18 825

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
3 307

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
11,19

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
297 443

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

4,25



KOSZULKA (SZT.)
12 458



ZAWODNIK
ASSAD AL HAMLAWI



SZALIK (SZT.)
12 946

”

W związku ze spadkiem z PKO Bank Polski Ekstraklasa klub stanął przed ogromnym wyzwaniem sportowym, finansowym i organizacyjnym. Rok 2023 był dla Śląska Wrocław rekordowy pod względem przychodowym, przede wszystkim z uwagi na zajęcie drugiego miejsca w lidze, występy w rozgrywkach europejskich oraz sprzedaż zawodników.

Spadek, który przydarzył się rok później, oznaczał radykalny spadek przychodów z tytułu sprzedaży zintegrowanych praw marketingowych, tylko częściowo rekompensowany przez przychody z dnia meczowego (Śląsk, mimo spadku, mógł się pochwalić trzecią frekwencją w lidze). Pobyt w I lidze oznacza kolejne zmniejszenie przychodów, dlatego optymalizacja budżetu jest w tym kontekście równie istotna, jak sportowa rywalizacja o powrót do Ekstraklasa.



Michał Mazur

Prezes

fot. slaskwroclaw.pl/Krystyna Pączkowska



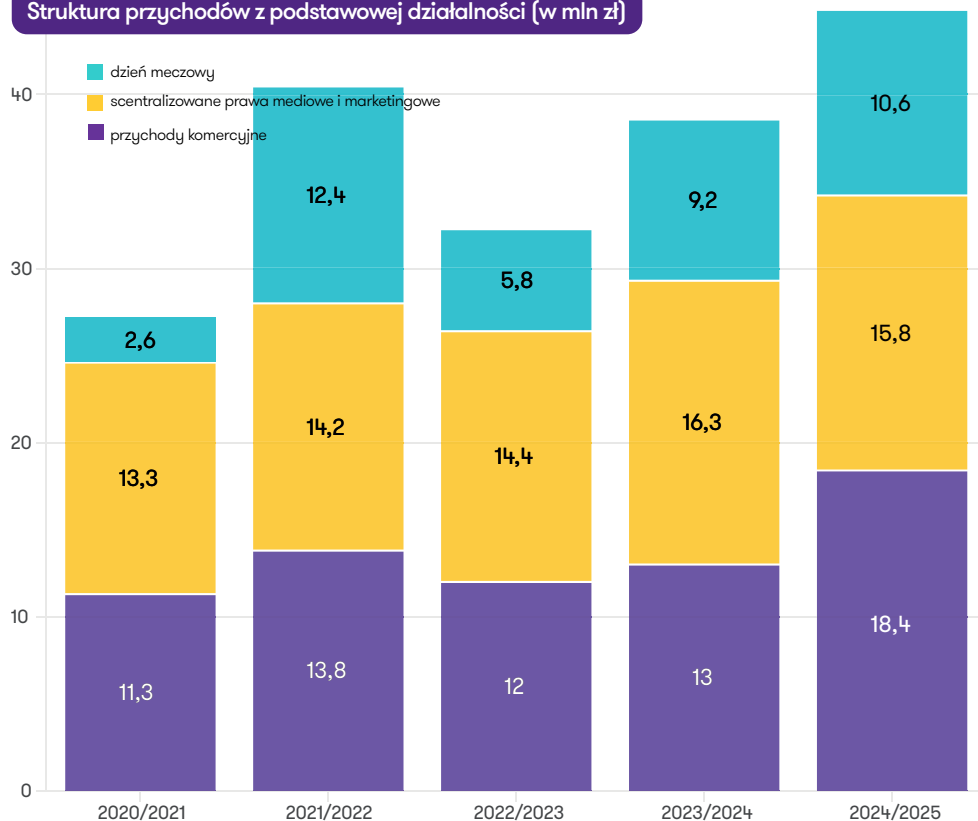


9. MIEJSCE W RANKINGU

Górnik Zabrze

Górnik Zabrze w sezonie 24/25 skutecznie wzmacnia swoją pozycję w górnej połowie większości zestawień finansowych. Pozytywnie zaznacza się wzrost przychodów z działalności podstawowej (o 4,7 mln zł). Trudne do prognozowania wpływy transferowe mają swoje odzwierciedlenie w poziomie przychodów ogółem (57,51 mln zł). Na uwagę zasługują zwłaszcza rosnące przychody z merchandisingu i z organizacji dnia meczowego, co świadczy o potężnym potencjale kibicowskim. Pod względem liczby zarejestrowanych kibiców Górnik zajmuje 5. miejsce spośród wszystkich klubów ekstraklasa, a pierwsze w wewnętrznej rywalizacji klubów z Górnego Śląska.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

57,51

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

44,84 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE

12,67 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ

47% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA

17 129

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)

3 588

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)

10,65

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH

234 228

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

5,91



KOSZULKA (SZT.)
6 391



ZAWODNIK
LUKAS PODOLSKI



SZALIK (SZT.)
11 259

”

Sprawność i skuteczność to dwa słowa, które na co dzień towarzyszyły aktywnościom podejmowanym przez Klub w sezonie 2024/2025. Efektywnie realizowane przedsięwzięcia w obszarach sprzedaży, tj. zwiększenie przychodów z dnia meczowego, zwiększenie udziału karnetów w sumie przychodów ze sprzedaży biletów oraz trwałe wzmacnianie relacji z partnerami, przełożyły się na wynik finansowy. Połączone było to z procesem efektywnego zarządzania finansami w kontekście zobowiązań powstałych w latach ubiegłych oraz bieżącego utrzymania płynności.

Przeprowadzono też istotną aktualizację w obszarze polityki rachunkowości oraz innowacyjnie zarządzano procesem relacji z kibicami, co przełożyło się na dynamiczne powiększenie bazy kibicowskiej. Co ważne, całość realizowano przy ostrożnym podejściu do generowania kosztów, a w części istotnych obszarów – np. wynagrodzeń – dokonano ich obniżenia. Był to rok pełen wyzwań w wymiarze finansowymi organizacyjnym, ale też i pozytywnych zmian i efektów, jak chociażby przyznanie licencji na nowy sezon bez nadzoru finansowego, pierwszy raz od wielu lat.

W nowy sezon wchodzimy z nadziejami na lepszy wynik sportowy przy kierunkowej stabilizacji finansów i ostrożnym planowaniu opartym na realiach ekonomiczno-finansowych Klubu i jego otoczenia.



dr Bartłomiej Gabryś

Członek Zarządu



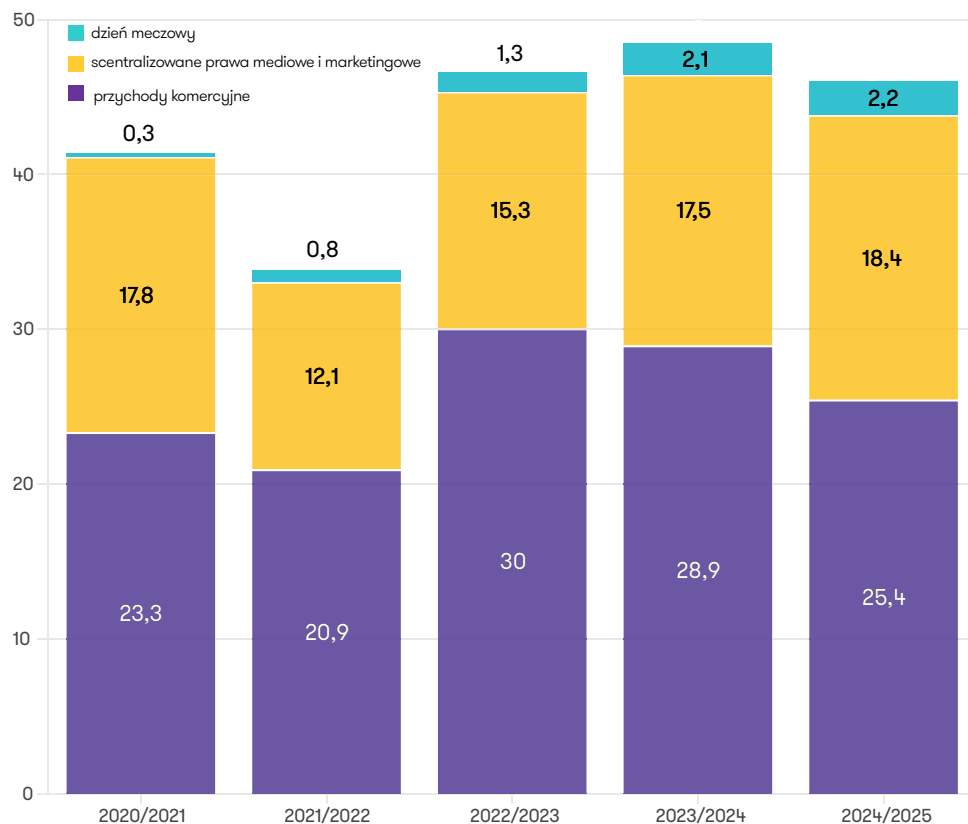


10. MIEJSCE W RANKINGU

KGHM Zagłębie Lubin

Zagłębie Lubin z przychodami na poziomie 48,1 mln zł uplasowało się na 10. miejscu w rankingu przychodów ligi. Jest to spadek o jedną pozycję w porównaniu do roku poprzedniego. Pod względem sportowym „Miedziowi” zakończyli rozgrywki na 15. miejscu, ostatnim bezpiecznym. Przychody w poszczególnych segmentach działalności operacyjnej były stabilne, warto podkreślić niski udział przychodów z dnia meczowego (odpowiadające za niecałe 5% przychodów z działalności podstawowej).

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

48,07

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
45,98 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
2,08 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
99% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
5 349

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
3 312

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
2,17

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
57 877

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)
1,16

KOSZULKA (SZT.)
2 182

ZAWODNIK
TOMASZ PIENKO

SZALIK (SZT.)
1 082

”

Sytuacja finansowa klubu w ostatnim sezonie była dobra. Największe wyzwania biznesowe stojące przed klubem to pozyskanie zawodników, istotnie wzmacniających poziom sportowy i Drużyny oraz utrzymanie płynności finansowej.

W kontekście sytuacji budżetowej cel na nowy sezon to utrzymanie stabilnej płynności.



Irena Cisowska

Główna Księgowa



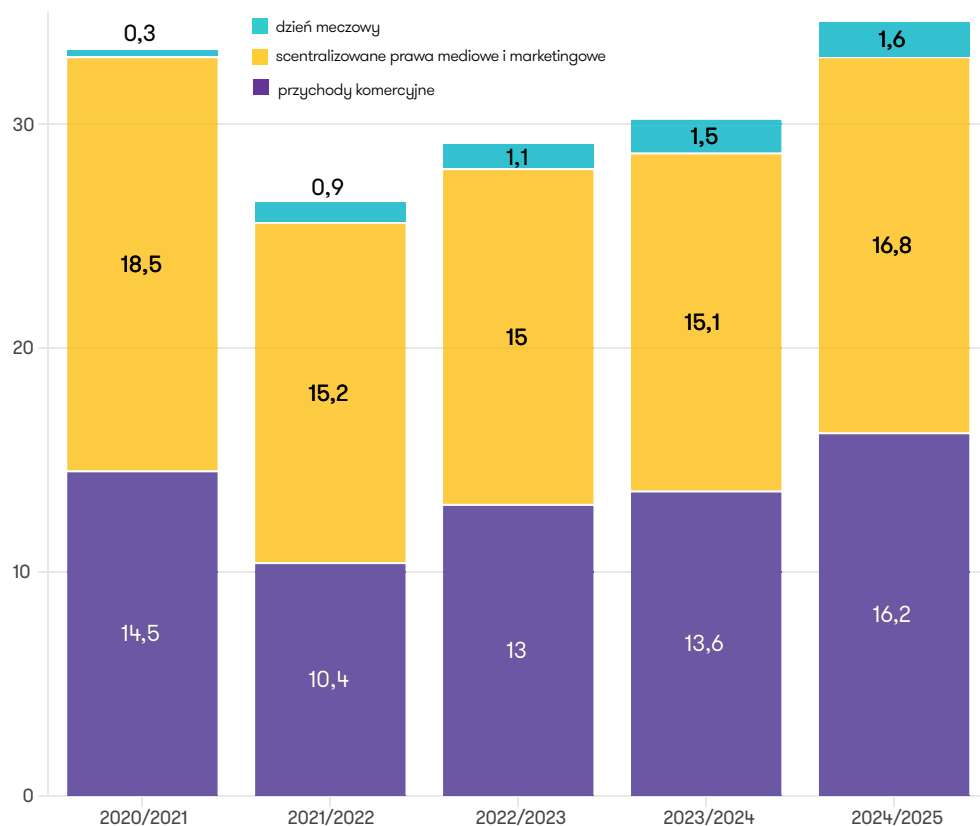


11. MIEJSCE W RANKINGU

Piast Gliwice

Piast Gliwice w sezonie 2024/2025 w rankingu przychodów ogółem klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa zajął 11. miejsce, poprawiając swoją pozycję o cztery lokaty w porównaniu z rokiem poprzednim. Było to możliwe dzięki zwiększeniu wpływów o 11,6 mln zł. Głównym czynnikiem wzrostu był skok przychodów z tytułu transferów do poziomu 7,3 mln zł (rok poprzedni 0,1 mln zł), w tym m.in. sprzedaż Micheala Ameyaw i Ariela Mosóra do Rakowa Częstochowy.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

41,89

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
34,61 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
7,27 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
73% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
5 669

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
1 510

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
1,57

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
114 285

MERCH

PRZYCHÓD
Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

0,58



KOSZULKA (SZT.)
1 850



ZAWODNIK
JAKUB CZERWIŃSKI



SZALIK (SZT.)
900

”

Ostatni rok obrotowy to praca nad odzyskaniem i utrzymaniem płynności finansowej. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie podjęło uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego spółki o ponad 3,2 mln zł. poprzez emisję akcji serii C, które objęło Miasto Gliwice. Obecnie jesteśmy w trakcie rejestracji tego zdarzenia. Zawarliśmy umowę pożyczki podporządkowanej z Miastem Gliwice w łącznej kwocie blisko 17,9 mln zł. Miasto Gliwice zwiększyło dotację na wzrost poziomu sportowego w dyscyplinie piłka nożna – na rok kalendarzowy 2025 jest to kwota 12 mln zł. W minionym roku obrotowym pracowaliśmy też nad zwiększeniem przychodów ze sprzedaży usług reklamowych i marketingowych (wzrost o 29,3%), sprzedaż karnetów wzrosła o 24,6 %, sprzedaż w sklepie klubowym o ponad 65%.

W nadchodzącym sezonie planujemy kontynuować rozpoczęte prace, głównie w obszarze zwiększenia przychodów z tytułu umów sponsorskich i usług reklamowych, sprzedaży biletów, karnetów, gadżetów. Z drugiej strony, podjęliśmy działania w obszarze obniżki kosztów – negocjacje umów z zawodnikami na warunkach korzystniejszych dla klubu oraz negocjacje z dostawcami towarów i usług. Planujemy też zwrócić się z wnioskiem o zwiększenie dotacji na wsparcie sportu w roku kalendarzowym 2026. Wszystkie podjęte działania, które będziemy kontynuować, powinny uzdrowić naszą sytuację finansową.



Elżbieta Sitnik

Główna Księgowa



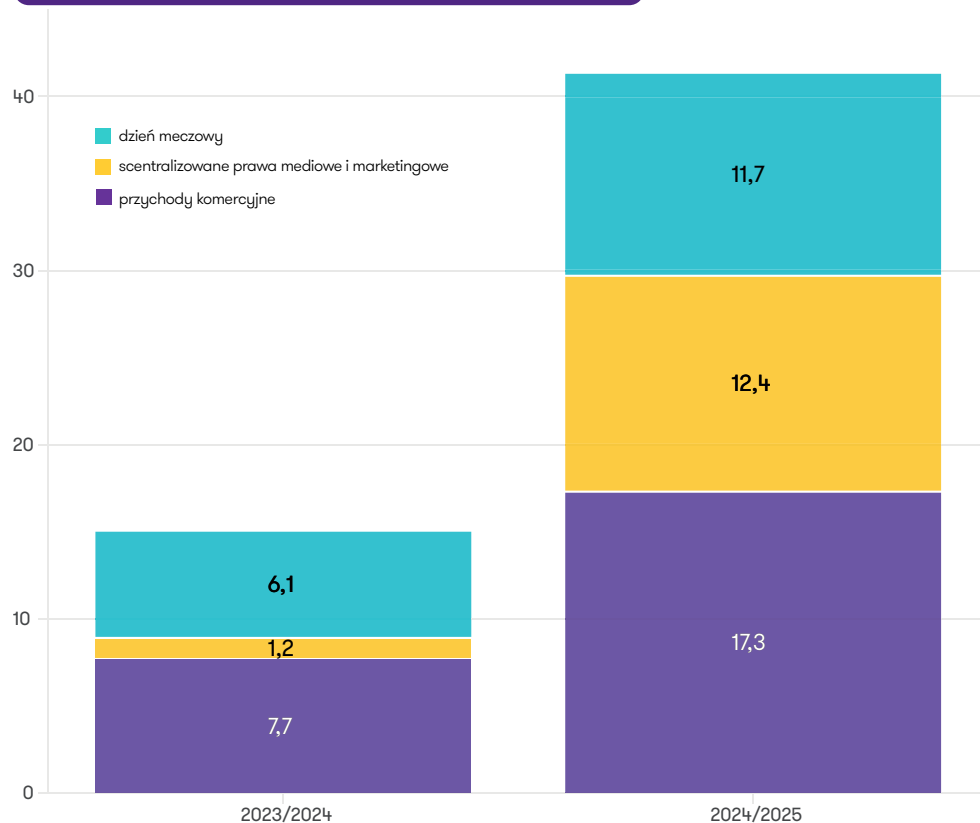


12. MIEJSCE W RANKINGU

Motor Lublin

Beniaminek z Lublina zajął 12. miejsce rankingu przychodów. „Motorowcy” niemal potroili przychody względem poprzedniego (i jedynego) sezonu spędzonego w Betclie 1 Lidze. „Rycerze Koziego Grodu” dzięki swoim poczynaniom boiskowym w postaci zajęcia miejsca w pierwszej połowie ligowej tabeli (7.) mogli liczyć na liczne wsparcie kibiców. Zanotowali 8. najwyższą średnią frekwencję (13,4 tys. widzów), która przełożyła się na 5. miejsce w przychodach z dnia meczowego (11,7 mln zł) oraz wysoki bilans organizacji meczu (9,3 mln zł).

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

41,35

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

41,35 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE

0,00 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ

53% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA

13 430

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)

11,66

SPRZEDANE KARNETY (KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)

3 103

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW W BAZACH TICKETINGOWYCH

51 200

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

3,00



KOSZULKI (SZT.)
3 500



ZAWODNIK
SERGI SAMPER



SZALIK (SZT.)
8 490

”

Ogólnym celem w kontekście finansowym było i jest jak najszybsze doprowadzenie do stabilności, w której strona kosztów będzie bilansowała się ze stroną przychodów. Spółka w ostatnim sezonie odnotowała progres, jednakże zrealizowane wyniki finansowe nie pozwoliły na uzyskanie pełnej równowagi pomiędzy kosztami a przychodami

Ostatni sezon to praca w otoczeniu najwyższej klasy rozgrywkowej, która poza zdecydowanie większymi możliwościami w monetyzowaniu własnej działalności niosła ze sobą konieczność dostosowania organizacji i szeroko rozumianej infrastruktury do wymagań i oczekiwań tegoż otoczenia. Miniony sezon jak i kolejne dwa to realizacja rozpoczętego procesu wejścia na zdecydowanie wyższy poziom finansowy i organizacyjny, tak by w konsekwencji ustabilizować pozycję klubu i pierwszej drużyny na najwyższym poziomie.

Pracujemy nie tylko nad przychodami z dnia meczowego, które już teraz są na bardzo dobrym poziomie, ale większość swoich nakładów kierujemy na sukcesywny progres w obszarze przychodów komercyjnych, w tym obszarze widzimy jeszcze duże możliwości rozwoju.



Łukasz Jabłoński

Wiceprezes Zarządu



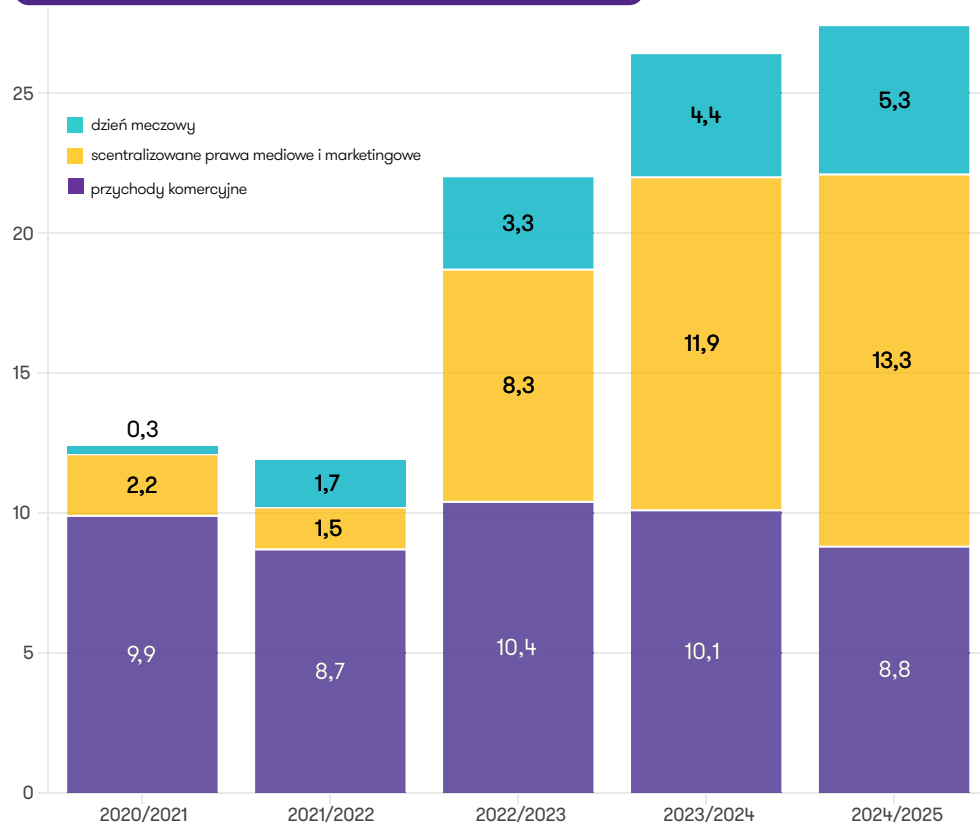


13. MIEJSCE W RANKINGU

Korona Kielce

Korona Kielce z przychodami w wysokości 33,9 mln zł zajęła 13. miejsce w rankingu przychodów, co oznacza awans o 3 pozycje w stosunku do rankingu ubiegłorocznego. W przychodach popularne „Scyzoryki” utrzymały tendencję wzrostową, nie schodząc poniżej 20 mln zł wpływów od trzech sezonów. Dodatkowo, w minionym sezonie za sprawą działań transferowych klub zainkasował kwotę 6,5 mln zł i przekroczył granicę 30 mln zł przychodów ogółem. Miniony sezon przyniósł również zmianę właścicielską – firma Korona 4ever Sp. z o.o., (rodzina Maciejczyk) wykupiła klub od Miasta Kielce

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

33,92

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
27,41 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
6,50 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
65% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
11 139

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
1 887

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
5,27

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
110 370

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

1,03



KOSZULKA (SZT.)
2 405



ZAWODNIK
MARIUSZ FORNALCZYK



SZALIK (SZT.)
3 136

”

Po zmianach właścicielskich w Koronie Kielce, które dokonały się w trakcie minionego sezonu, sytuacja finansowa Klubu uległa głębokiej stabilizacji. Klub zachowuje płynność finansową. Plany finansowe Korony Kielce na przyszły sezon, które już zostały wdrożone, mają na celu zwiększenie zasobów budżetowych Klubu. Najbliższa perspektywa finansowa opiera się w szczególności na podjęciu działań ukierunkowanych na pozyskanie nowych sponsorów zewnętrznych, zawarcie kolejnych umów marketingowych oraz wzrost środków uzyskiwanych ze sprzedaży biletów i karnetów (dzięki wyższej cenie biletów oraz wyższej frekwencji kibiców na meczach PKO Bank Polski Ekstraklasa na stadionie Korony Kielce). Ponadto Klub jest w trakcie realizacji nowych łóż stadionowych, z których dodatkowe wpływy z biletów zasilą budżet Klubu. Doszło także do rozwinięcia działu marketingu, co poskutkowało zwiększeniem sprzedaży gadżetów klubowych i biletów oraz pozwoliło zawrzeć nowe umowy marketingowe.

Płynność finansowa Klubu nie jest obecnie w jakikolwiek sposób zagrożona. Dokonane transfery wychodzące oraz przychodzące pozwalają ocenić, iż poziom sportowy Korony Kielce w przyszłym sezonie będzie wyższy niż w minionym. To z kolei z dużą dozą prawdopodobieństwa przełoży się na dodatkowe wpływy do budżetu klubowego.



Łukasz Maciejczyk

Prezes Zarządu





14. MIEJSCE W RANKINGU

Lechia Gdańsk

Lechia Gdańsk po rocznym pobycie na zapleczu wróciła do PKO Bank Polski Ekstraklasa i z przychodami ogółem w wysokości 33,2 mln zł zajęła 14. miejsce w rankingu, analogiczne do rywalizacji sportowej. Powrót na najwyższy poziom rozgrywek przyniósł znaczną poprawę w każdym segmencie przychodów z działalności podstawowej. Budżet drużyny z Gdańska wzrósł dwukrotnie. Na uwagę zasługują przychody z dnia meczowego, które – dzięki wysokiej frekwencji – po raz pierwszy w analizowanym, 5-letnim okresie przekroczyły 7 mln zł.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE



FREKWENCJA



MERCH



*SPRZEDAŻ PROWADZI PODMIOT ZEWNĘTRZNY



Skomentuj na X: @GrantThorntonPL i @_Ekstraklasa_

”

Ostatnie miesiące przyniosły pozytywną zmianę sytuacji finansowej spółki. Klub spłaca na bieżąco swoje podstawowe zobowiązania i stara się porządkować płatności, które są już przeterminowane. Dzięki właściwemu prognozowaniu jesteśmy przekonani o dalszym usprawnianiu działań w tym zakresie. Spodziewamy się w bieżącym sezonie wzrostu poziomu przychodów, cały czas pracujemy nad pozyskiwaniem nowych sponsorów oraz nad podniesieniem frekwencji na naszych meczach.

Do budżetu kosztowego podchodzimy racjonalnie, znając i właściwie oceniając nasze możliwości, na przykład przy pozyskiwaniu nowych zawodników. Obecną sytuację finansową klubu oceniam jako wymagającą stałego wewnętrznego nadzoru, ale z pozytywną perspektywą na przyszłość.



Robert Panufnik

Dyrektor Finansowy



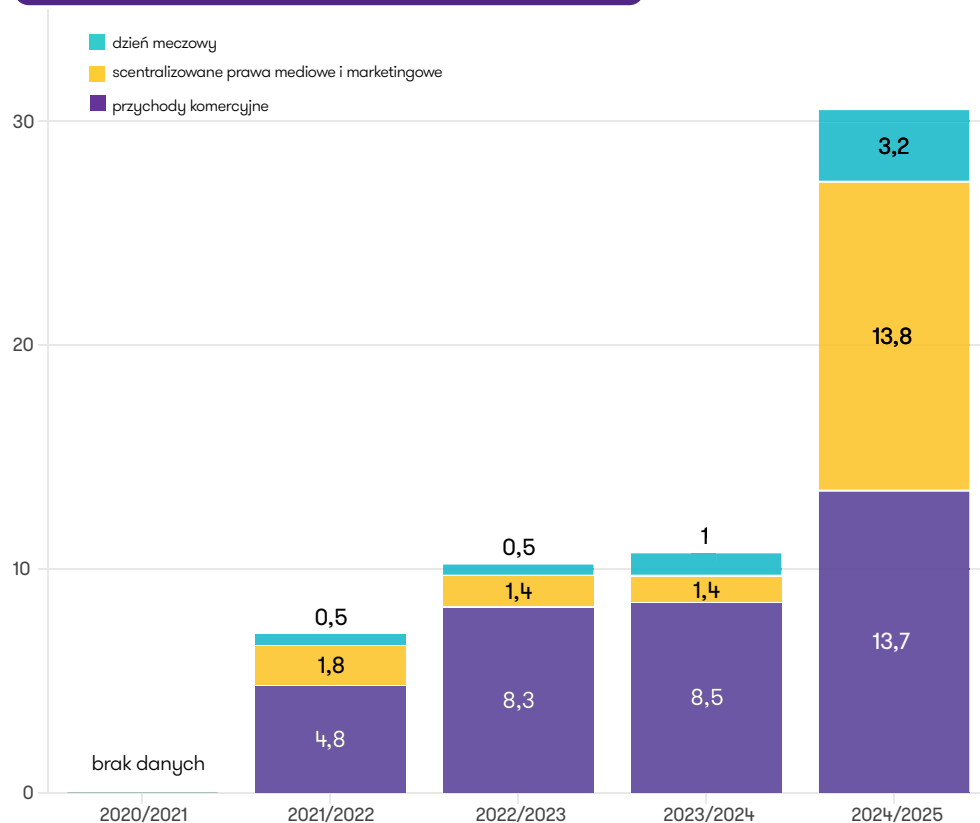


15. MIEJSCE W RANKINGU

GKS Katowice

Pod względem przychodów ogółem z wynikiem 31 mln zł GKS uplasował się na 15. miejscu w rankingu przychodowym, odnotowując charakterystyczny dla beniaminków spektakularny wzrost budżetu w porównaniu do poprzedniego sezonu. Klub zyskał wiele w segmencie przychodów z tytułu praw mediowych i marketingowych (12,6 mln zł). Drużyna z Katowic otrzymała też znaczącą dotację od samorządu (9 mln zł). Po przenosinach na nowy obiekt średnia frekwencja niemal się potroiła, co umożliwiło również wzrost wpływów z dnia meczowego.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



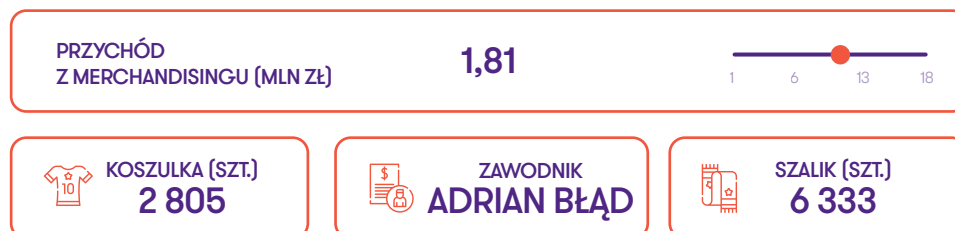
FINANSE



FREKWENCJA



MERCH



”

Sytuacja klubu w ostatnim roku była stabilna. Największe wyzwania biznesowe, przed którymi stanął GKS Katowice po awansie do PKO Bank Polski Ekstraklasa, to zwiększenie budżetu operacyjnego i dostosowanie do realiów Ekstraklasa. Klub musiał rozwinąć struktury odpowiedzialne za marketing, obsługę sponsorską i relacje z partnerami, aby móc konkurować z bardziej doświadczonymi klubami. Bardzo istotnym elementem było pozyskanie nowych sponsorów i utrzymanie dotychczasowych partnerów. Klub musiał odpowiednio skomunikować swoją wartość, by przyciągnąć sponsorów i zapewnić stabilność finansową.

Należy też podkreślić, że dużym wyzwaniem biznesowym było zarządzanie wzmożonym zainteresowaniem kibiców i mediów, co oczywiście przełożyło się na wartość marketingową i wizerunkową Klubu. Oczekiwania na nadchodzący sezon obejmują zwiększenie liczby sprzedawanych biletów i karnetów, rozszerzenie zakresu współpracy z obecnymi i potencjalnymi partnerami/sponsorami, rozwój działalności „Klubu Biznesu”, reorganizacja i zintensyfikowanie uzyskiwanych dochodów oficjalnego sklepu GKS Katowice.



Aleksandra Wilk

Główna Księgowa

Sławomir Witek

Prezes Zarządu

Rafał Bura

Dyrektor Działu Marketingu i Promocji



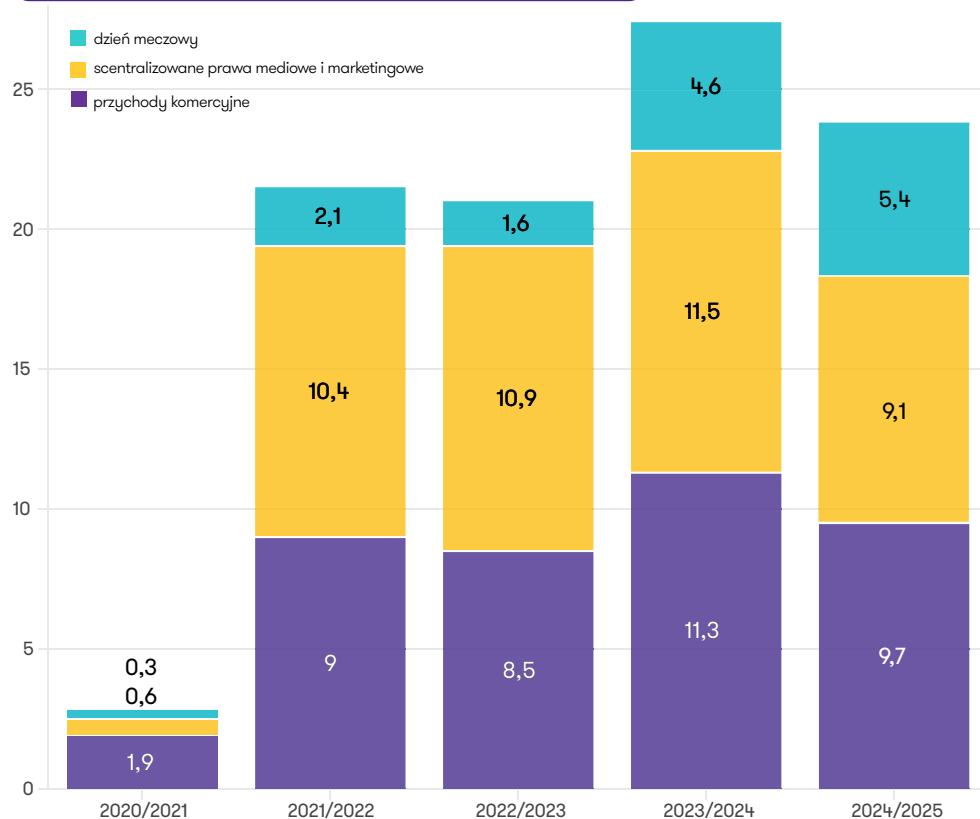


16. MIEJSCE W RANKINGU

Radomiak Radom

Klub z Radomia zanotował spadek przychodów o 7,6 mln zł, co dało mu też spadek w przychodowym rankingu z 10. na 16. pozycję. Niższa wartość wpływów wynikała przede wszystkim z mniejszych przychodów transferowych. Władze Radomiaka szukają innych przewag konkurencyjnych m.in. poprzez nawiązanie współpracy z portugalską SL Benficą, jednym z najbardziej utytułowanych klubów w Europie. Głównym celem jest rozwój Akademii Radomiaka oraz poprawa organizacji klubu.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

26,60

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
24,22 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
2,39 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
93% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
7 474

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
3 757

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
5,45

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
BRAK DANYCH

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

1,78



KOSZULKA (SZT.)
2 644



ZAWODNIK
CAPITA CAPEMBA



SZALIK (SZT.)
1 716

”

Klub sportowy boryka się z wieloma problemami finansowymi, wynikającymi zarówno z charakteru działalności sportowej, jak i uwarunkowań rynkowych. Jednym z kluczowych problemów jest nieregularność przychodów – wpływy z biletów, transmisji czy sponsoringu często zależą od sezonu sportowego i od wyników drużyny, co utrudnia stabilne planowanie budżetu. Drugim poważnym zagrożeniem są wysokie koszty stałe, takie jak wynagrodzenia zawodników, opłaty za wynajem lub utrzymanie obiektów sportowych, koszty sprzętu czy podróży na zawody. W raportowanym okresie wpływy od sponsorów były znacząco mniejsze do okresu poprzedniego.

Największym wyzwaniem biznesowym dla Klubu jest dywersyfikacja źródeł przychodów, tak aby klub nie był uzależniony od jednego sponsora lub dotacji. Wymaga to rozwijania różnych kanałów zarabkowania – od sprzedaży biletów i gadżetów, przez organizację eventów, po działalność online.



Katarzyna Celińska

Główna księgowa



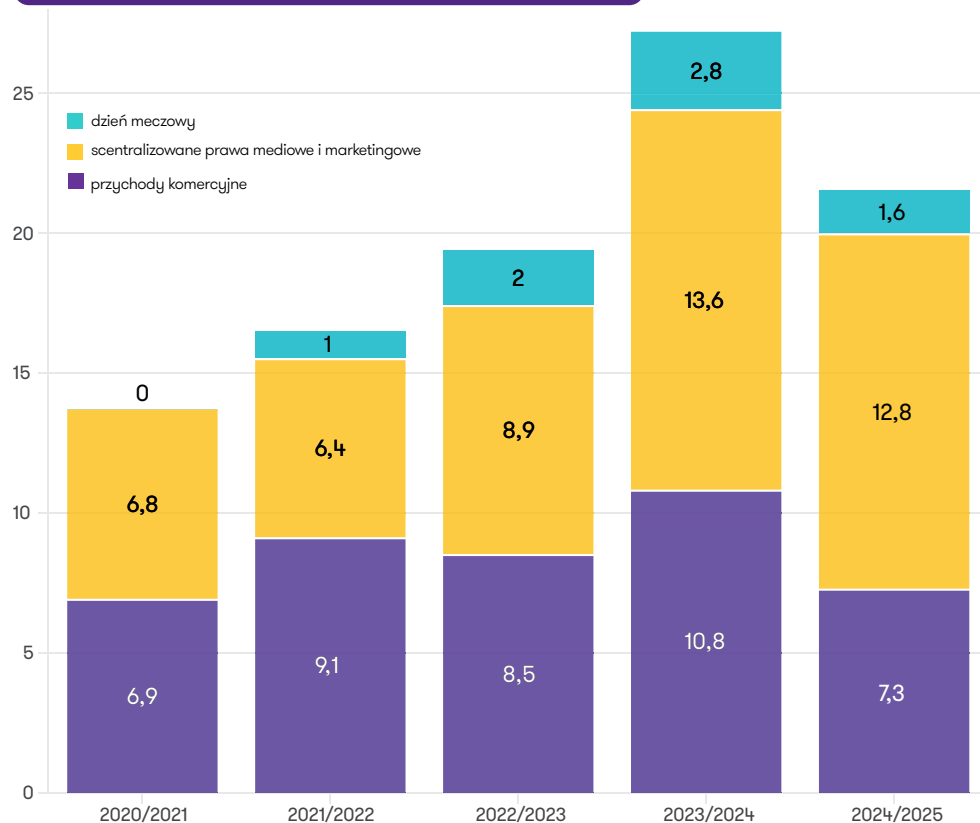


17. MIEJSCE W RANKINGU

Stal Mielec

Pod względem przychodów Stal Mielec uplasowała się na przedostatniej pozycji w lidze, wyprzedzając tylko Puszcę Niepołomice. To spadek o sześć pozycji w stosunku do roku poprzedniego. Mniejsze wpływy do budżetu o 9,2 mln zł przełożyły się również na słabszy wynik sportowy i w konsekwencji relegację do niższej klasy rozgrywkowej. Za spadek przychodów w sferze komercyjnej odpowiada m.in. rozstanie się z dwoma poważnymi sponсорami na początku rozgrywek.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

26,08

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
21,68 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
4,40 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
51% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
4 945

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
680

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
1,60

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
15 605

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

0,84



KOSZULKA (SZT.)
1 871



ZAWODNIK
KRYSTIAN GETINGER



SZALIK (SZT.)
1 441

”

Ostatni rok pod względem finansowym był bardzo pozytywny. Mieliśmy cały okres pełną płynność finansową i regulowaliśmy wszystkie swoje zobowiązania do wszystkich kooperantów i współpracowników. Zawodnicy otrzymywali wynagrodzenia z wyprzedzeniem, czyli za miesiąc z góry i nie mieliśmy ani jednego dnia opóźnienia w żadnej transakcji. Transfery wychodzące to duży zastrzyk gotówki, który mocno wyróżnił nas na rynku transferowym. Dużym wyzwaniem było szybkie zastąpienie utraconych wpływów po odejściu strategicznych sponsorów PGE i PZU. Trudne wyzwanie zostało osiągnięte i dziura budżetowa została szybko zasypaana innymi zapobiegawczymi ruchami finansowymi.

Nadchodzący sezon to wyzwanie już pierwszozimowe, na które jesteśmy finansowo przygotowani i nie mamy żadnego zagrożenia co do regulowania zobowiązań. Kolejny sezon stoi pod znakiem stabilizacji sportowej i regularnego poszukiwania sponsora strategicznego lub dużego inwestora.



Jacek Klimek

Prezes Zarządu



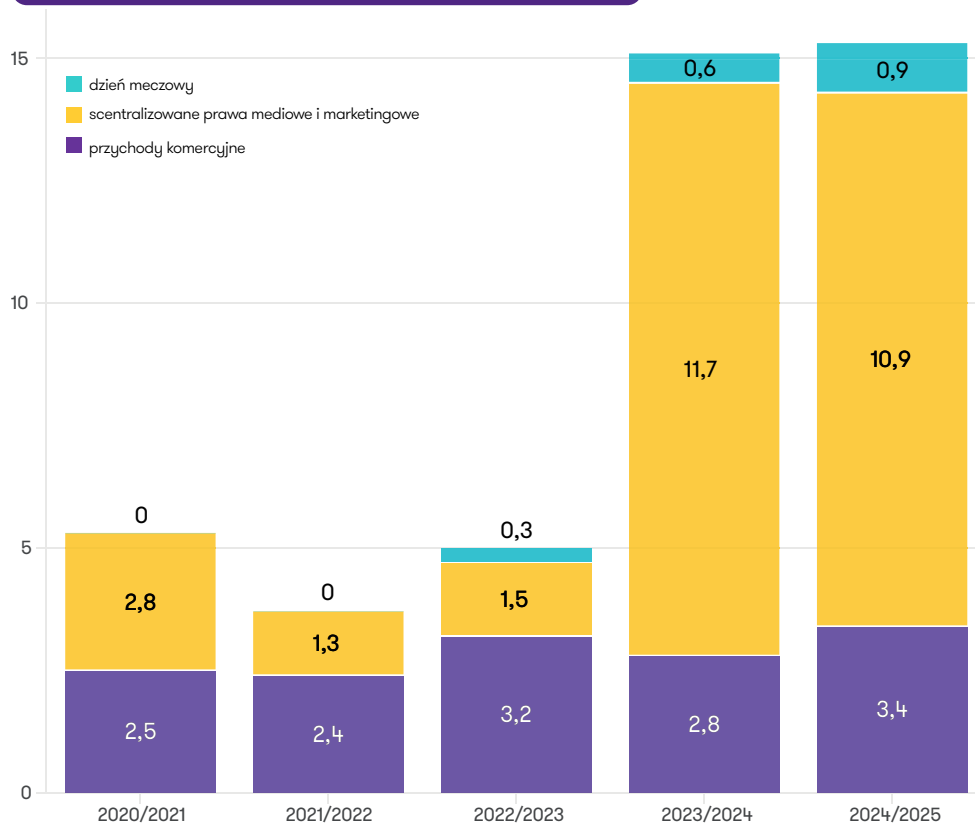


18. MIEJSCE W RANKINGU

Puszcza Niepołomice

Puszcza Niepołomice z wpływami na poziomie 15,2 mln zł drugi rok z rzędu zamyka ranking przychodów ligi. Jednak biorąc pod uwagę historię klubu oraz niewielką liczbę mieszkańców Niepołomic, ostatnie dwa lata pod względem przychodów z podstawowej działalności były i tak wyjątkowe. Zarówno suma przychodów, jak i ich struktura pozostały bardzo zbliżone do poprzedniego roku, z wyraźną dominacją wpływów z tytułu praw mediowych i marketingowych. Niestety, kolejny sezon „Żubry” spędzą już na zapleczu PKO Bank Polski Ekstraklasa.

Struktura przychodów z podstawowej działalności (w mln zł)



FINANSE

PRZYCHODY OGÓŁEM

15,23

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ
15,23 MLN ZŁ

PRZYCHODY TRANSFEROWE
0,00 MLN ZŁ

UDZIAŁ KOSZTU WYNAGRODZEŃ
125% PRZYCHODÓW

FREKWENCJA

ŚREDNIA FREKWENCJA
2 152

SPRZEDANE KARNETY
(KARNET NA 1 RUNDĘ TRAKTUJEMY JAKO 0,5 KARNETU)
637

PRZYCHODY Z DNIA MECZOWEGO (MLN ZŁ)
0,92

ZAREJESTROWANYCH KIBICÓW
W BAZACH TICKETINGOWYCH
11 258

MERCH

PRZYCHÓD Z MERCHANDISINGU (MLN ZŁ)

0,30

KOSZULKA (SZT.)
888

ZAWODNIK
KOSIDIS

SZALIK (SZT.)
595

”

Ostatni rok pod względem sytuacji finansowej klubu oceniamy umiarkowanie pozytywnie – mimo trudnych warunków rynkowych udało się utrzymać stabilność budżetową i zrealizować większość planów. Największym wyzwaniem były rosnące koszty organizacyjne oraz pozyskiwanie sponsorów w wymagającym otoczeniu biznesowym.

W nadchodzącym sezonie chcemy dalej pracować nad dywersyfikacją źródeł przychodów, wzmacnianiem relacji z partnerami oraz racjonalizacją wydatków, aby zapewnić klubowi dalszy rozwój w bezpiecznych ramach finansowych.



Jarosław Pieprzycy

Prezes Zarządu



Zapraszamy do kontaktu

Przemysław Zawadzki

Partner
Audyt
T +48 885 441 678
E przemyslaw.zawadzki@pl.gt.com

Łukasz Słyż

Menedżer
Audyt
T +48 693 973 137
E lukasz.slyz@pl.gt.com

Tomasz Mleczak

Partner
Corporate Finance
T +48 661 538 591
E tomasz.mleczak@pl.gt.com

Michał Stróżak

Supervisor
Corporate Finance
T +48 661 538 584
E michal.strozak@pl.gt.com

Autorzy:

Marcin Animucki
Krzysztof Bauza
Norbert Dziubak
Mateusz Gałka
Maciej Górny
Jacek Kowalczyk
Szymon Laszewicz
Tomasz Ładziński
Joanna Milewska
Tomasz Mleczak
Dominik Mucha
Łukasz Słyż
Stanisław Snopek
Paweł Sobel
Michał Stróżak
Kinga Szkutnik

Kontakt dla mediów**Jacek Kowalczyk**

Dyrektor marketingu i PR
T +48 505 024 168
E jacek.kowalczyk@pl.gt.com

Dominik Mucha

Manager Biura Prasowego Ekstraklasa SA
T +48 790 534 119
E dominik.mucha@ekstraklasa.org

Informacje zawarte w niniejszym dokumencie mają jedynie charakter ogólny i poglądowy. Nie stwarzają one stosunku handlowego ani stosunku świadczenia usług doradztwa podatkowego, prawnego, rachunkowego lub innego profesjonalnego doradztwa. Przed podjęciem jakichkolwiek działań należy skontaktować się z profesjonalnym doradcą w celu uzyskania porady dostosowanej do indywidualnych potrzeb. Grant Thornton Polska P.S.A. dołożyło wszelkich starań, aby informacje znajdujące się w niniejszym dokumencie były kompletne, prawdziwe i bazowały na wiarygodnych źródłach. Grant Thornton Polska P.S.A. nie ponosi jednak odpowiedzialności za ewentualne błędy lub braki w nich oraz błędy wynikające z ich nieaktualności. Grant Thornton Polska P.S.A. nie ponosi także odpowiedzialności za skutki działań będące rezultatem użycia tych informacji.