

Finansowa Ekstraklasa

Wyniki finansowe klubów piłkarskich PKO Bank Polski Ekstraklasy w sezonie 2023/2024

Spis treści

Kluczowe wnioski	3
Metodyka raportu	4
Jak pokazujemy przychody?	5
Przychody ogółem	8
Transfery	15
Wynagrodzenia	20
Koszty prowadzenia akademii	24
Frekwencja	26
Baza kibiców	28
Oglądalność PKO Bank Polski Ekstraklasa	30
Oglądalność LIVE w podziale na platformy	31
Średnia oglądalność LIVE poszczególnych klubów	32
Coraz wyższe wpływy przekazywane klubom	33
Wzrost wartości ligi dzięki działaniom Ekstraklasa SA	34
Klubowy ranking przychodów	35



Kluczowe wnioski

1 168 mln zł

Tyle wyniosły łączne przychody ogółem klubów PKO Bank Polski Ekstraklasy w sezonie 2023/2024. Pierwszy raz w historii przekroczone została granica 1 mld zł przychodu.

1. Legia Warszawa

Największe wpływy odnotowała Legia Warszawa. Klub z Łazienkowskiej osiągnął 267 mln zł przychodów ogółem i 188 mln zł przychodów z podstawowej działalności. Warto zaznaczyć, że Legia z samej podstawowej działalności osiągnęła większy przychód niż zwycięzca zeszłorocznej edycji w ramach przychodów ogółem.

207 mln zł

Takie przychody kluby PKO Bank Polski Ekstraklasy odnotowały z tytułu sprzedaży zawodników. To pierwszy wzrost od dwóch lat oraz rekordowy wynik przychodów z transferów.

12 303

Tytu widzów oglądało średnio jeden mecz PKO Bank Polski Ekstraklasy w minionym sezonie. To prawie 30% więcej niż w roku poprzednim. Wynik ten pozycjonuje nas na 8. miejscu w Europie pod względem średniej liczby widzów wśród najlepszych lig krajowych.

107 mln zł

Tyle kluby PKO Bank Polski Ekstraklasy przeznaczyły na prowadzenie piłkarskich akademii w sezonie 2023/24.

Metodyka raportu

Przedstawiamy drugą edycję raportu finansowego sporządzonego przez Grant Thornton przy współpracy z Ekstraklasa SA oraz klubami występującymi w sezonie 2023/24 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 2023 roku do 30 czerwca 2024 roku i odpowiadają rozgrywanemu sezonowi 2023/24 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 Ekstraklasa 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,

Rozgrywki PKO Bank Polski Ekstraklasy w sezonie 2023/24 były niezwykle emocjonujące i pod wieloma względami niezwykle. Powiększyło się grono Mistrzów Polski – po raz pierwszy bowiem dołączyła do niego Jagiellonia Białystok. Miniony sezon przyniósł także nowe rekordy o kluczowym znaczeniu dla rozwoju naszej ligi: frekwencyjny oraz finansowy.

Ponad 3,7 mln kibiców towarzyszących swoim klubom na stadionach to wynik wszech czasów, za który dziękujemy wszystkim fanom PKO Bank Polski Ekstraklasy. To właśnie obecność kibiców sprawia, że mecze stają jedynym w swoim rodzaju przeżyciem, ale też ważnym czynnikiem finansowego sukcesu klubów. Drugi rekord dotyczy bowiem właśnie finansów – blisko 1,17 mld przychodów wypracowanych przez 18 ekstraklasowych klubów w sezonie 2023/24. To imponujący wynik, wyższy od ubiegłorocznego o blisko 27%, który przeniósł naszą ligę daleko ponad symboliczny próg 1 mld zł. Gratulujemy tego wymiernego sukcesu wszystkim klubom!

W raporcie Grant Thornton „Finansowa Ekstraklasa” za sezon 2023/24, przygotowanym we współpracy z Ekstraklasą SA oraz 18 klubami, pozycję lidera zajęła Legia Warszawa z łącznymi przychodami w wysokości 267 mln zł. Pozostałe miejsca na finansowym podium wywalczyły Lech Poznań oraz Raków Częstochowa. Co istotne, w sezonie 2023/23 aż 16 spośród 18 klubów naszej ligi zanotowało wzrost przychodów. Warto też odnotować, że dziewięć klubów zanotowało przychody przekraczające 50 mln zł, podczas gdy sezon wcześniej takich klubów było tylko pięć.

Główną składową ligowych finansów, podobnie jak w przeszłości, były scentralizowane prawa mediowe i marketingowe, które stanowiły 43% przychodów z podstawowej działalności klubów. W sezonie 2023/24 ligowa spółka podzieliła między kluby bowiem rekordową sumę 280,2 mln zł, wyższą o 40 mln zł niż sezon wcześniej. Ten wynik to skumulowany efekt inwestowania i działań strategicznych, mających na celu postępujący wzrost wartości ekstraklasowych rozgrywek. Wszystko po to, by zapewnić lidze warunki do dalszego rozwoju sportowego. W tym kontekście warto odnotować, że w sezonie 2023/24 kluby PKO Bank Polski Ekstraklasy przeznaczyły na szkolenia i prowadzenie akademii niemal 107 mln zł. Długoterminowa strategia inwestowania w wielowymiarowy rozwój polskiej ligi przyniosła rezultat w postaci sukcesywnego awansu Polski w rankingu UEFA w ostatnich latach. Niniejszy raport pokazał też, że kluby inwestujące konsekwentnie w kształcenie młodych piłkarskich talentów odnotowują także z tego tytułu ponadprzeciętne zyski – w ostatnim sezonie przełożyło się to na rekordowe przychody transferowe ligi w wysokości 207 mln zł.

Gratuluję tych wyników klubom i wszystkim osobom zaangażowanym w działalność PKO Bank Polski Ekstraklasy, zachęcając jednocześnie do zapoznania się ze szczegółami najnowszej edycji raportu „Finansowa Ekstraklasa”.

Marcin Animucki
Prezes Zarządu
Ekstraklasa SA



O Grant Thornton

Firma audytorsko-doradcza Grant Thornton po raz drugi przygotowuje raport na temat finansów klubów piłkarskich wspólnie z Ekstraklasą. Na polskim rynku działamy już od 31 lat. Obsługujemy rocznie około 2,5 tys. Klientów, w tym największe organizacje sportowe.

Czym się zajmujemy?

- Audyty
- Podatki
- Wyceny
- Transakcje kapitałowe
- Prawo
- Dotacje unijne
- Outsourcing płac i kadr
- Outsourcing księgowości
- Outsourcing IT
- Cyberbezpieczeństwo
- User Experience

140
państw

68 tys.
pracowników na świecie

1000
pracowników w Polsce

31 lat
doświadczenia na polskim rynku

2,5 tys.
klientów obsługiwanych rocznie w Polsce

Liderzy wsparcia dla branży sport

Grant Thornton w Polsce i na świecie od lat doradza organizacjom sportowym.

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.

Doradzamy również polskim klubom piłkarskim, zwłaszcza w podatkach i finansowaniu rozwoju.

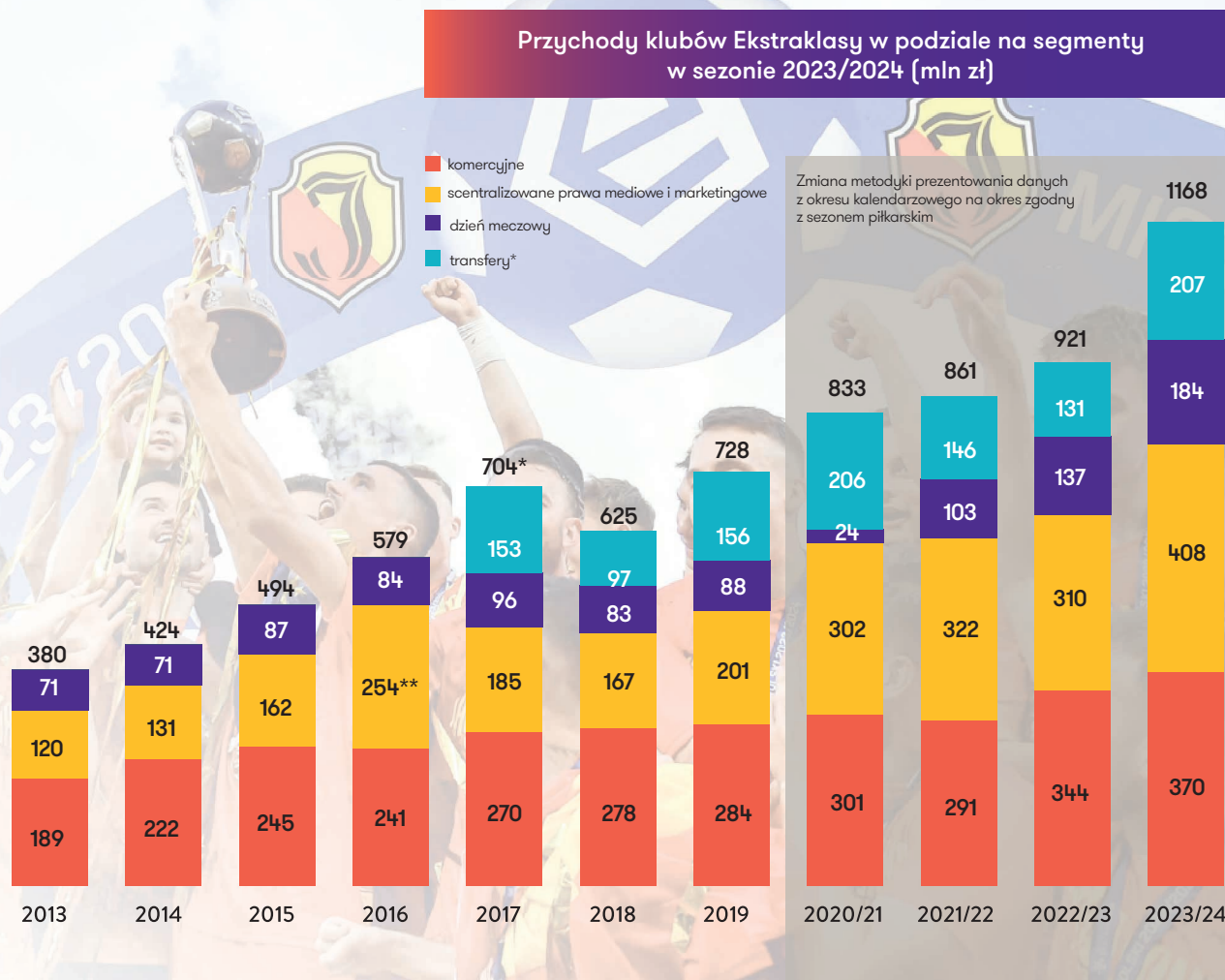


Przychody ogółem

Kluby Ekstraklasa po raz kolejny pobiły rekord generowanych przychodów, wypracowując blisko 1,17 mld zł w ostatnim sezonie. To wzrost o prawie 27% w porównaniu z zesporocznym wynikiem.

Sezon 2023/2024 jest historycznym dla klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa. Przychody wzrosły o ponad jedną czwartą, osiągając skumulowaną wartość 1,17 mld zł. Warto zaznaczyć, że jest to piąty rok z rzędu, w którym przychody klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa wzrastają. Tempo wzrostu w ostatnim sezonie znacznie przyspieszyło, co pozwoliło znacząco przekroczyć symboliczny próg 1 mld zł.

Sukces ten jest wynikiem dynamicznego wzrostu wartości wszystkich segmentów przychodowych klubów. W sezonie 2023/2024 przychody z dnia meczowego wzrosły o ponad 34%, przychody komercyjne – o 8%, natomiast dochody z scentralizowanych praw mediowych i marketingowych – o 32%. Przychody z transferów z kolei zwiększyły się o niemal 58%, przekraczając dotychczas rekordowy poziom z sezonu 2020/2021 i zatrzymując spadkowy trend.



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

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



Legia wraca na fotel lidera

Na pierwsze miejsce pod względem przychodów ogółem po sezonie przerwy powraca **Legia Warszawa**, która wygenerowała przychody na poziomie **267,03 mln zł**. Legioniści zdeklasowali resztę stawki, odsuwając się od drugiego miejsca w rankingu o prawie 144 mln zł. Pierwsze miejsce dały Legii najwyższe spośród pozostałych klubów przychody komercyjne, z dnia meczowego, ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych oraz bardzo wysokie przychody transferowe.

Lech Poznań znalazł się na drugim miejscu w rankingu, osiągając przychody na poziomie **123,10 mln zł**. Mimo dobrych wyników z działalności podstawowej i dużych przychodów transferowych (prawie 37 mln zł), Kolejorz nie był w stanie utrzymać się na pierwszej pozycji, głównie za sprawą dużo mniejszych przychodów z tytułu występów w europejskich pucharach.

Podobnie jak przed rokiem, podium zestawienia zamyka **Raków Częstochowa** z przychodami na poziomie **114,60 mln zł**. Klub wygenerował wyższe od Lecha przychody z podstawowej działalności, jednak kluczowe okazały się w tym przypadku kwoty uzyskane z transferów, z których Raków uzyskał jedynie nieco ponad 5 mln zł. Raków pozostał na trzecim miejscu stawki, ale warto docenić, że w minionym sezonie zmniejszył dystans dzielący go wcześniej od pierwszych dwóch klubów.

Jagiellonia Białystok, zdobywca tytułu **Mistrza Polski** w sezonie 2023/2024, zajęła siódme miejsce, z przychodami na poziomie **59,56 mln zł**. Ostatni raz podobna sytuacja miała miejsce w sezonie 2018/2019, kiedy to Piast Gliwice, który zdobył mistrzostwo, również nie znalazł się na podium. Warto jednak zaznaczyć, że Jagiellonia w sezonie 2023/24 nie notowała przychodów z tytułu występu w europejskich pucharach.

Ranking przychodów ogółem (z uwzględnieniem transferów) w sezonie 2023/2024 (mln zł)

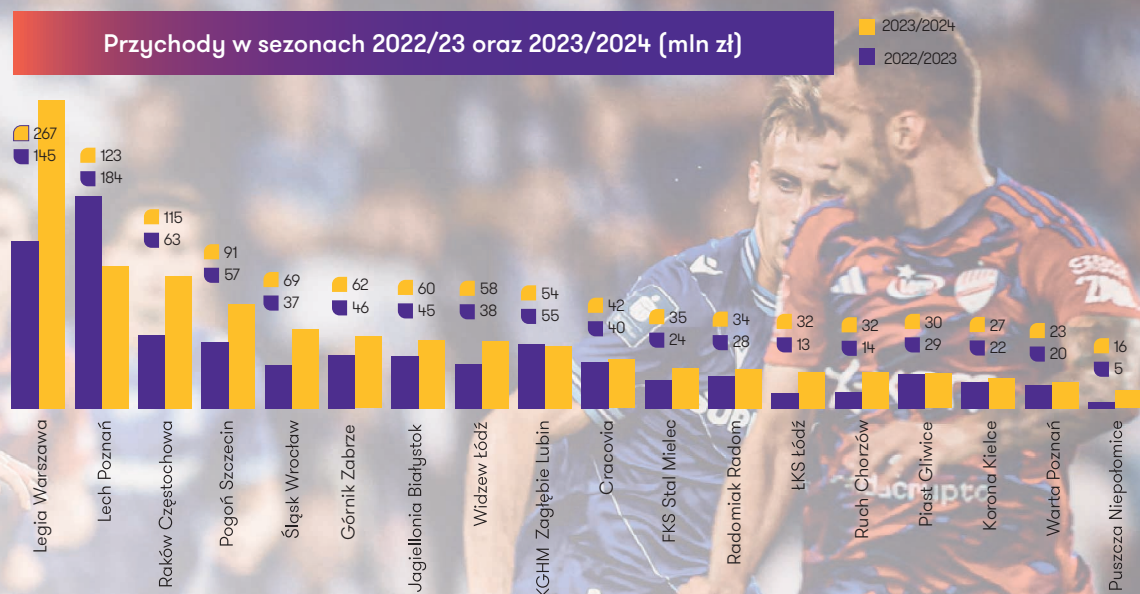
Miejsce w rankingu	Klub	Przychody ogółem (mln zł)
1	Legia Warszawa	267,03
2	Lech Poznań	123,10
3	Raków Częstochowa	114,60
4	Pogoń Szczecin	90,79
5	Śląsk Wrocław	68,58
6	Górnik Zabrze	62,34
7	Jagiellonia Białystok	59,56
8	Widzew Łódź	58,08
9	KGHM Zagłębie Lubin	54,07
10	Cracovia	42,39
11	FKS Stal Mielec	35,01
12	Radomiak Radom	34,20
13	ŁKS Łódź	31,63
14	Ruch Chorzów	31,61
15	Piast Gliwice	30,33
16	Korona Kielce	26,55
17	Warta Poznań	22,57
18	Puszcza Niepołomice	15,53

Wykresy z porównaniem sezon do sezonu oraz zmiany w wielkości przychodów

Poziom przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasy nadal jest zróżnicowany. W porównaniu do poprzedniego raportu, kluby spoza podium zbliżyły się jednak do najlepszej trójki. Warto zauważyć, że 9 z 18 analizowanych klubów wypracowało przychody przekraczające 50 mln zł, podczas gdy w sezonie 2022/2023 było ich tylko 5. Pokazuje to, że coraz więcej klubów potrafi generować znaczące przychody.

W sezonie 2023/24 w stosunku do 2022/23 zwiększenie przychodów osiągnęło 16 klubów (o 2 więcej niż w sezonie poprzednim). Największe wzrosty wypracowały Legia Warszawa (122,07 mln zł), która niemal podwoiła swoje przychody, Raków Częstochowa (51,51 mln zł) i Pogoń Szczecin (33,38 mln zł).

Spadek przychodów odnotowały 2 kluby: Lech Poznań (-60,63 mln zł) oraz KGHM Zagłębie Lubin (-1,19 mln zł). W przypadku Lecha Poznań wynikało to głównie z niższych przychodów z tytułu występów w europejskich pucharach.



Przychody z podstawowej działalności (bez transferów)

Ze względu na dużą zmienność i nieprzewidywalność przychodów transferowych, najważniejszym wskaźnikiem określającym sytuację finansową klubów są przychody z pozostałych źródeł, czyli tzw. podstawowej działalności. W tej kategorii liderem pozostaje Legia Warszawa, która wyprzedziła rywali o blisko 80 mln zł.

Przychody z transferów odgrywają kluczową rolę w biznesie piłkarskim, jednak charakteryzują się znaczną zmiennością i są trudne do przewidzenia. Dodatkowo, księgowanie tych przychodów jest o wiele bardziej skomplikowane niż w przypadku przychodów z działalności podstawowej, 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 wyłącznie na trzech głównych źródłach przychodowych.

W tak liczonym rankingu **Legia Warszawa** analogicznie do rankingu przychodów ogółem pozostaje na **pierwszym miejscu**, generując przychody z podstawowej działalności na poziomie 188,02 mln zł. Sukces ten zawdzięcza przede wszystkim wysokim przychodom komercyjnym (70,21 mln zł) oraz wzrostom w kategorii scentralizowanych praw mediowych i marketingowych (62,77 mln zł), z których 57% Legia uzyskała od UEFA. Do tegorocznego wyniku finansowego przyczyniły się głównie występy w Lidze Konferencji UEFA, gdzie w fazie grupowej Legia wygrała m.in. z Aston Villą czy AZ Alkmaar, co zaowocowało awansem do rundy zasadniczej.

Drugie miejsce w rankingu zajmuje Raków Częstochowa. Mimo krótkiego stażu na najwyższym szczeblu rozgrywkowym, Medaliki z sezonu na sezon generują coraz większe przychody. W sezonie 2023/24 wpływy klubu sięgnęły 109,32 mln zł. Sukces ten Raków zawdzięcza wysokim przychodom ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych (80,73 mln zł), które uzyskał m.in. dzięki dotarciu do rundy play-off eliminacji Ligi Mistrzów oraz występom w fazie grupowej Ligi Europy UEFA.

Trzecie miejsce rankingu zajął ubiegłoroczny lider rankingu - Lech Poznań, który zakończył sezon 2023/24 na piątym miejscu ligowej tabeli. Sezon 2023/2024 jest dla Kolejorza okresem przestoju, spowodowanym spadkiem przychodów z podstawowej działalności do poziomu 86,34 mln zł (spadek o 49,53 mln zł), głównie przez niższe przychody z europejskich pucharów.

Co ważne, wszystkie kluby z wyjątkiem Kolejorza z sezonu na sezon uzyskały wzrost w przychodach z podstawowej działalności.

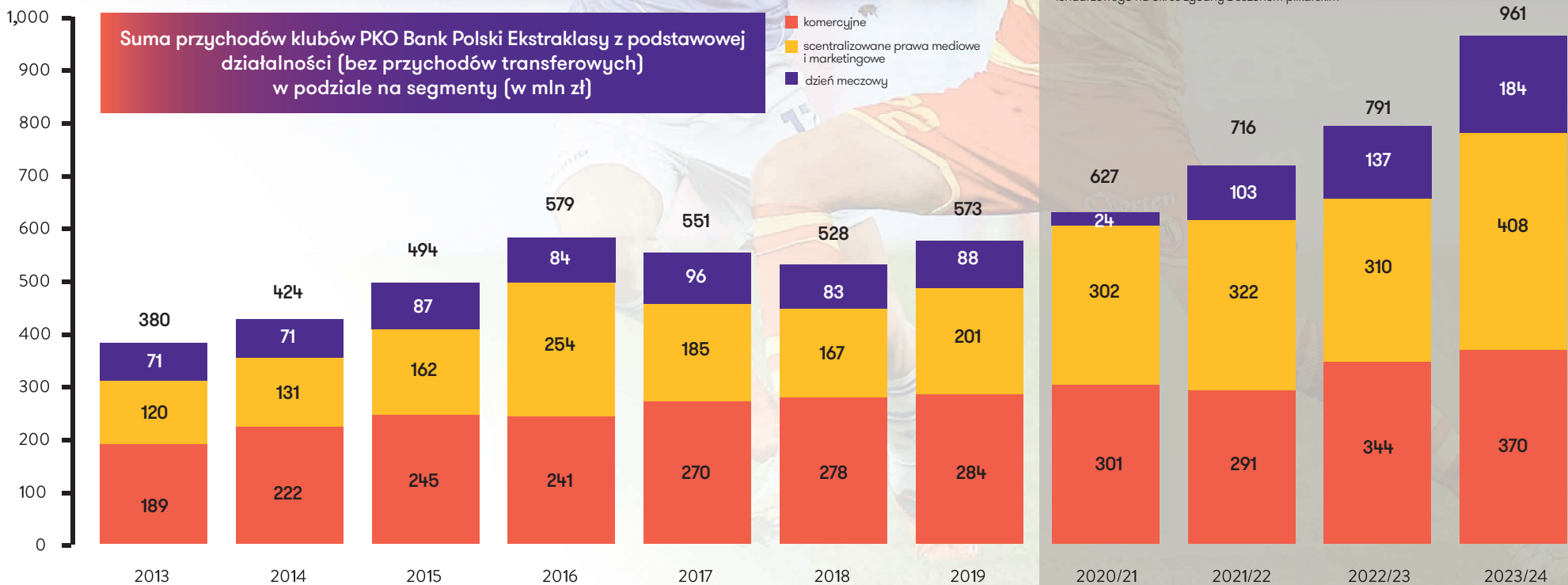
Ranking przychodów z podstawowej działalności (bez uwzględnienia transferów) w sezonie 2023/2024 (mln zł)

Miejsce w rankingu	Klub	Przychody za 2023/2024
1	Legia Warszawa	188,02
2	Raków Częstochowa	109,32
3	Lech Poznań	86,34
4	Pogoń Szczecin	79,54
5	Jagiellonia Białystok	57,03
6	Śląsk Wrocław	53,79
7	Widzew Łódź	53,28
8	KGHM Zagłębie Lubin	48,52
9	Cracovia	41,52
10	Górnik Zabrze	38,54
11	Ruch Chorzów	30,26
12	Piast Gliwice	30,24
13	Radomiak Radom	27,38
14	FKS Stal Mielec	27,28
15	ŁKS Łódź	27,27
16	Korona Kielce	26,32
17	Warta Poznań	21,57
18	Puszcza Niepołomice	15,08

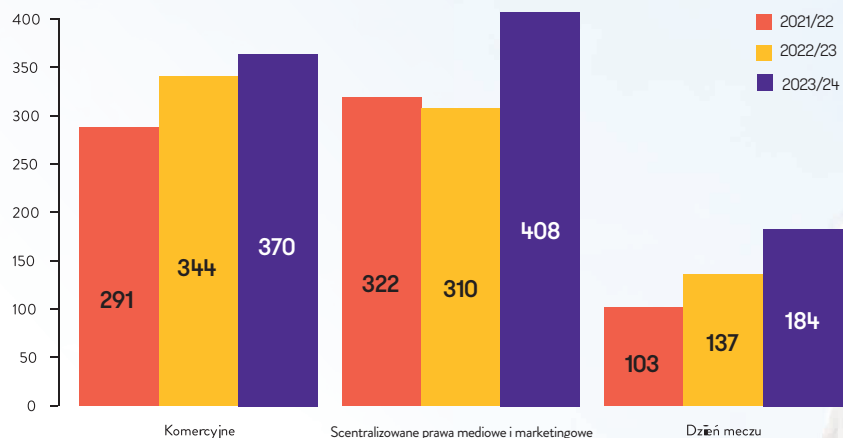
Przychody z podstawowej działalności w ujęciu historycznym

W sezonie 2023/2024 kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa łącznie wypracowały 961 mln zł przychodów z podstawowej działalności. To o niemal 171 mln zł i 22% więcej niż sezonie 2022/2023. Oznacza to, że kluby ustanowiły kolejny z rzędu rekord pod względem osiągniętych przychodów, a także rekord wzrostu ich wartości z sezonu na sezon od momentu, gdy publikowane są raporty o finansach klubów. Wpływ na ten rekordowy wynik miały zarówno rosnące przychody z scentralizowanych praw mediowych i marketingowych, które wzrosły o blisko 100 mln zł, jak i przychody z dnia meczowego.

Przychody komercyjne (głównie umowy sponsorskie) stanowią 38% generowanych wartości, co oznacza spadek o 5 p.p. w strukturze wszystkich przychodów z podstawowej działalności. Spadek ten nie wynika jednak z obniżenia wartości przychodów komercyjnych, lecz z ich niewielkiej zmiany przy jednoczesnym gwałtownym wzroście w pozostałych segmentach przychodów. Przychody ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych generują 43% wpływów. Przychody z dnia meczowego odpowiadają za 19% przychodów ogółem (wzrost o 2 p.p.).

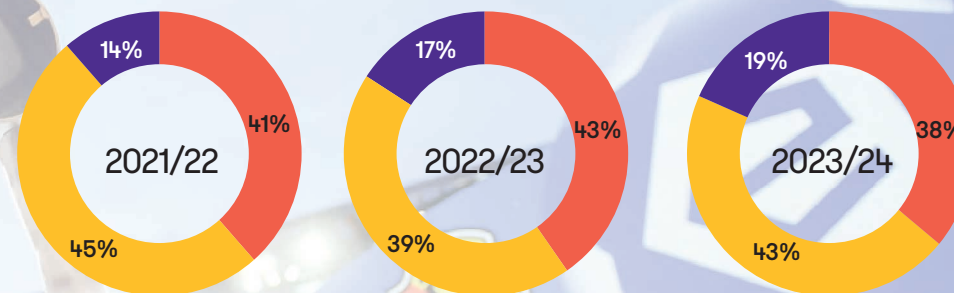


Przychody z poszczególnych kategorii w ostatnich 3 sezonach (mln zł)



Udział % poszczególnych kategorii w ostatnich trzech sezonach

komercyjne scentralizowane prawa mediowe i marketingowe dzień meczowy



Wielkość przychodów w podziale na segmenty (mln zł)

Wyszczególnienie	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24
Komercyjne	189	222	245	241	270	278	284	301	291	344	370
Scentralizowane prawa mediowe i marketingowe	120	131	162	254	185	167	201	302	322	310	408
Dzień meczowy	71	71	87	84	96	83	88	24	103	137	184
Suma	380	424	494	579	551	528	572	627	715	791	961

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

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

Udział poszczególnych segmentów w przychodach

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



Działalność klubów piłkarskich na płaszczyźnie biznesowej jest bardzo specyficzna. Wynik finansowy uzależniony jest w znacznym stopniu od sukcesu sportowego, który jest mocno nieprzewidywalny. Z perspektywy działalności sportowej kluczowy element powinien mieć zatem potencjał przychodowy, którego wzrost pozwala również na wzrost wartości klubu oraz szersze pole manewru w kontekście planowanych inwestycji.

Sezon 2023/24 klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa pod kątem przychodowym prezentuje się bardzo dobrze, przekroczenie symbolicznego miliarda złotych przychodów, wzrosty w ramach wszystkich kategorii przychodowych oraz 16 klubów z przyrostem wartości przychodów stawia przed klubami bardzo duże wyzwanie na rok kolejny. Sytuacja na starcie rozgrywek pozwala jednak sądzić, że może to być kolejny dobry sezon dla polskiej piłki klubowej.

Tomasz Mleczak
Partner
Grant Thornton
Corporate Finance



Transfery

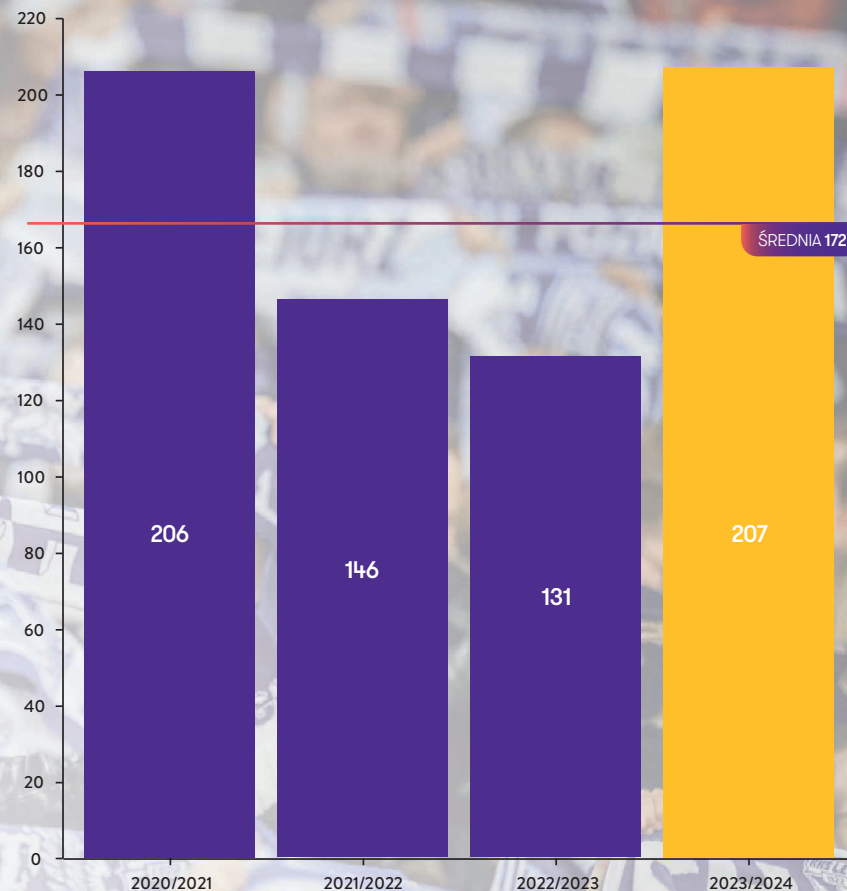
Sezon 2023/2024 to bardzo udany okres pod względem przychodów osiąganych z transferów. Z tytułu sprzedaży zawodników kluby zaksięgowały 207 mln zł, co jest najwyższym wynikiem od roku 2017, a prawdopodobnie również najwyższym w historii całej PKO Bank Polski Ekstraklasy*.

W sezonie 2023/24 przychody z transferów zagranicznych wyniosły 185,27 mln zł, a przychody z transferów krajowych 21,39 mln zł. Łącznie z tytułu transferów kluby PKO Bank Polski Ekstraklasy osiągnęły wynik 206,65 mln zł. W porównaniu do poprzedniego sezonu jest to wzrost aż o 58%.

Przychody transferowe w dalszym ciągu stanowią istotny element przychodów polskich klubów. Wpływy z transferów w sezonie 2023/24 odpowiadały za 18,1% przychodów ogółem, co oznacza wzrost udziału o blisko 4 p.p. Obecny sezon okazał się bardzo zbliżony do roku 2020/21, jednakże przekroczenie przychodu o 1 mln zł czyni sezon 2023/24 rekordowym pod względem przychodów transferowych.

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 pochodną wielu czynników, zarówno indywidualnych, jak i zespołowych, ale również ekonomicznych, np. 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 trzech lat nie należy wyciągać daleko idących wniosków. Ważniejszy jest trend długoterminowy, a w tym ujęciu przychody transferowe w Ekstraklasie oscylowały na średnim poziomie około 150-160 mln zł.

Przychody z transferów w sezonach 2020/21-2023/24 (mln zł)



* Dane dotyczące przychodów transferowych analizowane są od roku 2017. Lata wcześniejsze nie były objęte analizą.



Transfery krajowe vs. zagraniczne

Zdecydowaną większość przychodów transferowych w lidze stanowią transfery zagraniczne. Transfery krajowe odpowiadają za jedynie 10% ogółu transakcji. W latach 2021-2023 transfery krajowe generowały 7-8% przychodów, natomiast 3 lata wstecz było to zaledwie 3%. Pomimo iż udziały transferów krajowych są wciąż stosunkowo niewielkie, można zaobserwować wyraźny wzrost ich odsetka, co sugeruje rozwijający się rynek wewnętrzny. Dodatkowo warto wskazać na zwiększenie wartości transferów wewnętrznych, która w sezonie 2023/24 wyniosła aż 21,39 mln zł, co oznacza wzrost o ponad 100%.

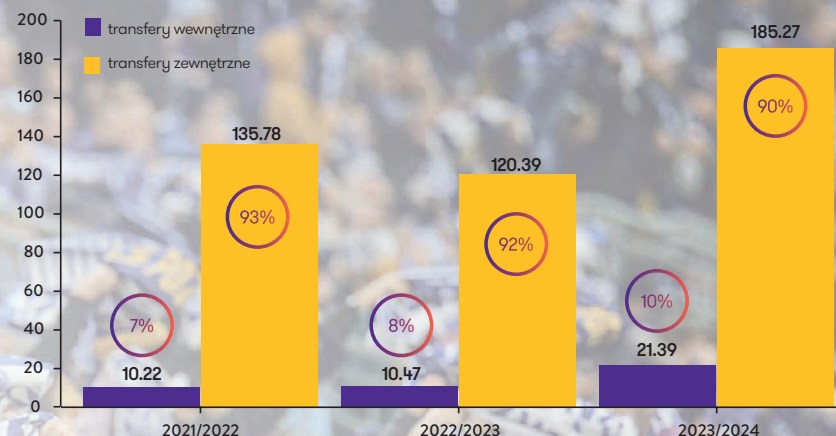
Mimo to kwoty transferów zagranicznych są bardzo często zdecydowanie wyższe i przekraczają możliwości finansowe polskich klubów. W nadchodzących latach dominacja przychodów z transferów zagranicznych prawdopodobnie się utrzyma.

Młodość w dalszym ciągu w cenie

Średnia wieku zawodników PKO Bank Polski Ekstraklasy odchodzących do innych klubów w sezonie 2023/2024 wyniosła **23 lat i 11 miesięcy**. Stanowi to wynik bardzo zbliżony do tego z ubiegłorocznej edycji raportu. Średnia wieku odchodzącego zawodnika na poziomie blisko 24 lat może świadczyć o tym, że kluby kontynuują starania, by utrzymać młodego zawodnika na dłużej, oczekując zwiększenia wartości piłkarza.

Zarówno krajowe, jak i zagraniczne kluby wykazują rosnące zainteresowanie młodymi piłkarzami kształconymi w polskich akademiach, a coraz wyższe kwoty transferów tych zawodników świadczą o rosnącej opłacalności inwestowania w szkolenie młodzieży.

Rozkład przychodów z transferów (mln zł) oraz ich udział w wartości ogółem



**23 lata
11 miesięcy**

Tyle wynosi średni wiek piłkarza odchodzącego do innego klubu

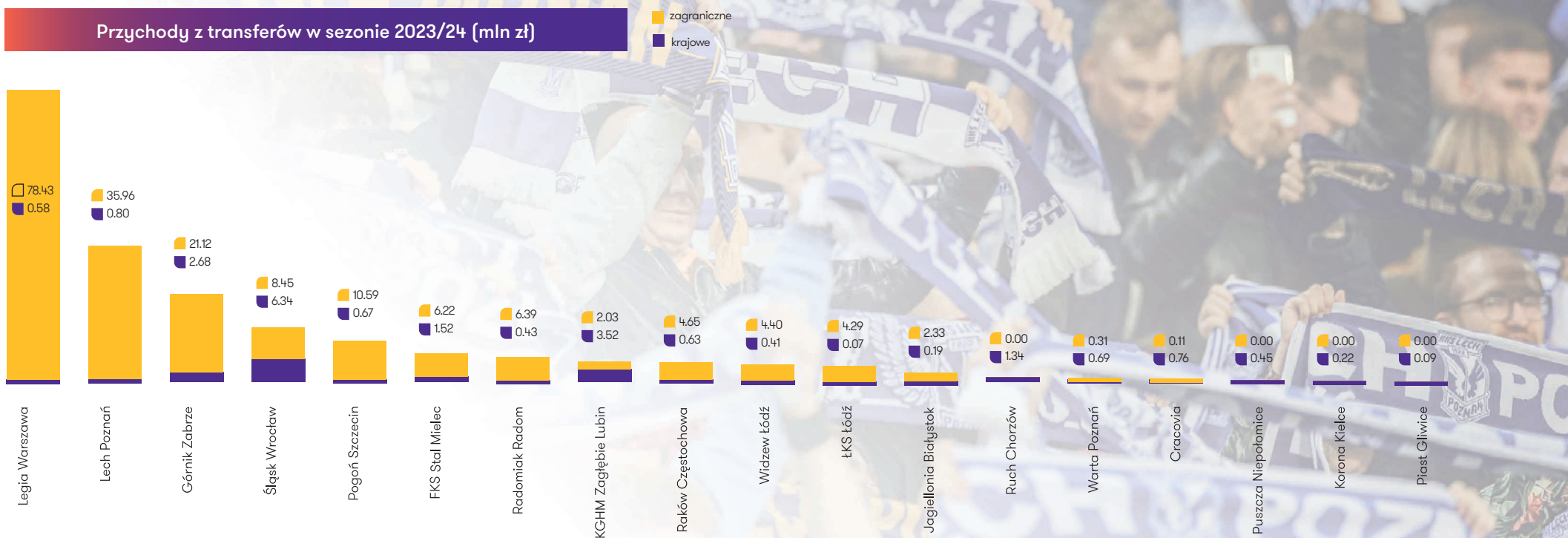
Przychody transferowe klubów

Pierwsze miejsce w rankingu przychodów transferowych 2023/24 zajmuje **Legia Warszawa**. Klub ten pozyskał z transferów łącznie **79,01 mln zł**, co stanowi ponad 42% całkowitych przychodów generowanych z podstawowych źródeł, takich jak scentralizowane prawa mediowe i marketingowe, dzień meczowy oraz przychody komercyjne. Osiągnięcie takiego wyniku było możliwe dzięki sprzedaży Ernesta Muciego do tureckiego Besiktas JK za kwotę szacowaną na 10 mln EUR*, Maika Nawrockiego do Celticu Glasgow za kwotę estymowaną na 5 mln EUR* oraz Bartosza Slisza do Atalanty za około 3,2 mln EUR*.

Drugie miejsce w rankingu przychodów transferowych 2023/24 zajmuje **Lech Poznań**. Budżet klubu został zasilony kwotą **36,76 mln zł** (43% przychodów z podstawowych źródeł). Głównym źródłem przychodu była sprzedaż Michała Skórasia do belgijskiego Club Brugge za kwotę około 6 mln EUR.

Trzecie miejsce w rankingu przychodów z transferów zajął **Górnik Zabrze** z wynikiem **23,80 mln zł**, co stanowi 62% przychodów klubu z podstawowej działalności (wzrost o 19 p.p.). Na uzyskanie tego wyniku wpływ miała przede wszystkim sprzedaż Daisuke Yakoty do belgijskiego KAA Gent oraz Szymona Włodarczyka do austriackiego SK Sturm Graz, za kwoty zbliżone do 2 mln EUR* oraz dodatkowo transfer Richarda Jansena do szkockiego Aberdeen FC.

* Dane na podstawie szacunku Transfermarkt



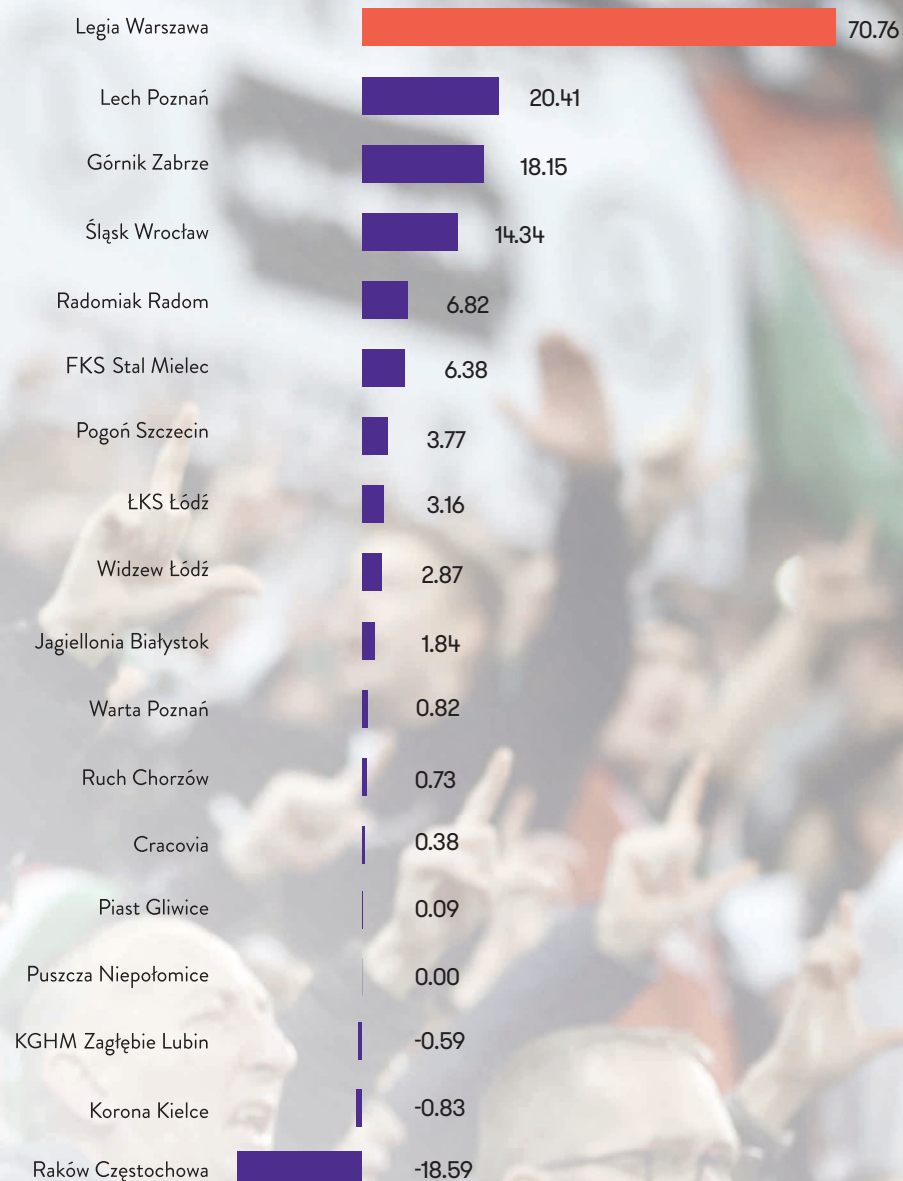
Bilans transferowy klubów

Uzyskiwane kwoty z transferów zawodników 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 z uzyskiwanych przychodów zarówno z segmentów podstawowych, jak i sprzedaży swoich zawodników 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 uzyskała Legia Warszawa z przewagą przychodów transferowych 70,76 mln zł nad kosztami transferowymi. Znaczącą różnicę, powodującą zwiększenie przychodów klubu, wygenerowały też Lech Poznań (20,41 mln zł), Górnik Zabrze (18,15 mln zł) i Śląsk Wrocław (14,34 mln zł). Trzy kluby odnotowały ujemny bilans transferowy, z czego największy dotyczył Rakowa Częstochowa, który przeznaczył o 18,59 mln zł więcej na transfery przychodzące. Wysokie wydatki transferowe wynikały przede wszystkim z chęci wzmocnienia składu przed walką o Ligę Mistrzów. Inwestycje Rakowa pozwoliły ostatecznie na awans do Ligi Europy. Dodatkowo z dzisiejszej perspektywy widać, że inwestycja z poprzedniego sezonu w pełni się opłaciła, gdyż Raków w sierpniu 2024 roku przeprowadził transfer Ante Črnaca do angielskiego Norwich City za rekordową kwotę 11 mln euro.

Biorąc pod uwagę saldo z transferów PKO Bank Polski Ekstraklasa znajduje się na 18. miejscu w Europie (dane za Transfermarkt). Kluby wciąż więcej inkasują za transfery niż wydają.

Bilans transferowy klubów w sezonie 2023/2024 (mln zł)



Wzrosty frekwencyjne znalazły swoje odzwierciedlenie w przychodach klubów, które w kategorii „dzień meczowy” zwiększyły się ze 137 mln zł do 184 mln zł, czyli o 1/3. W porównaniu do sezonu 2021/22 ich wynik poprawił się aż o 80%. W poprzednim sezonie wzrósł także udział tych przychodów z 17% do 19%. W ujęciu klubowym, 17 z 18 klubów zwiększyło przychody z tego źródła, w tym Pogoń Szczecin aż o 16.3 mln zł, a więc niemal dwukrotnie.

Na pewno pomogło w tym wykorzystanie baz marketingowych, które w przypadku połowy klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa przekraczają 100 tys. rekordów. Dobre poznanie swoich kibiców umożliwia klubom przygotowanie bardziej spersonalizowanych reklam, w tym maili z informacją o zbliżającym się meczu z linkiem do zakupu biletów. Wykorzystując dane można przykładowo wyróżnić atrakcje dla najmłodszych, jeśli dany kibic kupuje bilety dla dzieci.

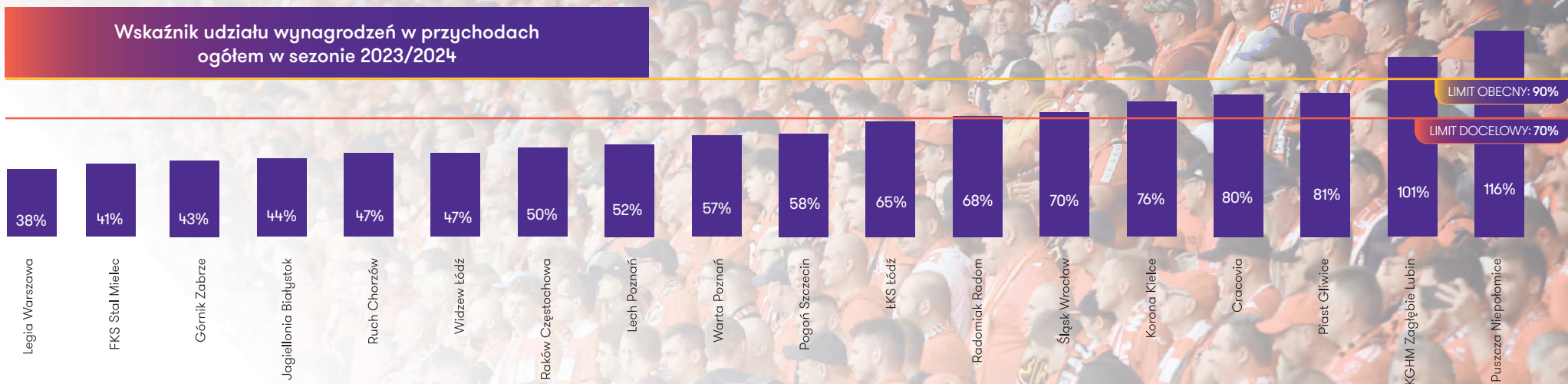
Jakub Szlendak

Analityk finansowy, współpracownik goal.pl
X: @KubaSzendak



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.



Koszty wynagrodzeń stanowią jedną z głównych pozycji w budżetach klubów piłkarskich. Pensje zawodników są zależne od wielu czynników, a utrzymanie odpowiedniego wskaźnika wynagrodzeń w stosunku do generowanych przychodów jest kluczowym elementem determinującym stabilność finansową klubu. W sezonie 2023/2024 próg wynagrodzeń został ustalony na poziomie 90% przychodów. Zgodnie z planami UEFA wprowadzony został mechanizm stopniowo ograniczający wydatki na wynagrodzenia do poziomu 70% przychodów, który zacznie obowiązywać od sezonu 2025/26.

Do obliczenia współczynnika wynagrodzeń zastosowana została metodologia określona w regulacjach UEFA. W tak ujętym zestawieniu wyróżnia się **Legia Warszawa**, która na wynagrodzenia wydała tylko ok. 38% przychodów, a mimo tego kwota przeznaczona na wynagrodzenia jest najwyższa ze wszystkich klubów. Sytuacja ta spowodowana jest

bardzo wysokim poziomem przychodów, przez co Legia w obecnym zestawieniu prezentuje bardzo dobry wynik. Wskaźnik wynagrodzeń poniżej poziomu 70% posiada już 13 klubów, co jest wynikiem lepszym w porównaniu do roku poprzedniego, w którym takich klubów było tylko 9, co oznacza poprawę relacji przychodowo-kosztowej większości klubów i stosowanie się z wyprzedzeniem do zaleceń UEFA. W bezpiecznej dla sezonu 2023/24 strefie poniżej 90% znajdują się dodatkowo trzy kluby: Korona Kielce, Cracovia i Piast Gliwice. Największą część przychodów na wynagrodzenia przeznaczyły KGHM Zagłębie Lubin oraz Puszcza Niepołomice.

Warto dodać, że dla sezonu 2024/25 zalecany przez UEFA poziom współczynnika wynagrodzeń będzie wynosił 80%.



Zmiana budżetu wynagrodzeń w porównaniu z poprzednim sezonem

W porównaniu z poprzednim sezonem, wskaźnik wynagrodzeń w sezonie 2023/24 spadł w większości klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa. Największy spadek odnotowały Puszcza Niepołomice, Pogoń Szczecin oraz Ruch Chorzów, a największy wzrost – KGHM Zagłębie Lubin i Lech Poznań. Sytuacja ta spowodowana jest często nie tyle zmianą poziomu wynagrodzeń, co zmianą przychodów.

Wskaźnik udziału wynagrodzeń w przychodach ogółem w sezonie 2022/2023 i 2023/2024

■ współczynnik wynagrodzeń 2023/24
■ współczynnik wynagrodzeń 2022/23



*Współczynnik wynagrodzeń dotyczy sezonu rozgrywanego w ramach 1 Ligi



Zmiana budżetu wynagrodzeń 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 wynegocjowanym przez przedsiębiorstwo przychodzie), jednak mają znaczący wpływ na funkcjonowanie klubu piłkarskiego, więc postanowiliśmy je pokazać w poniższej tabeli. Analizując wskaźniki wynagrodzeń z uwzględnieniem podwyższenia kapitału, wszystkie kluby mieszczą się poniżej poziomu 90% ustalonego przez UEFA na sezon 2023/2024.

Wskaźnik udziału wynagrodzeń w przychodach ogółem w sezonie 2023/2024 z uwzględnieniem podwyższeń kapitałów w klubach

Klub	Suma wynagrodzeń	Suma przychodów z przychodami transferowymi	Współczynnik wynagrodzeń	Podwyższenie kapitału zakładowego	Współczynnik wynagrodzeń (z uwzględnieniem podwyższenia)
Pogoń Szczecin	52,23	90,79	58%	0,84	57%
Jagiellonia Białystok	26,14	59,56	44%	1,00	43%
Korona Kielce	20,23	26,55	76%	4,00	66%
ŁKS Łódź	20,46	31,63	65%	6,00	54%
Puszcza Niepołomice	18,08	15,53	116%	6,60	82%
Górnik Zabrze	27,03	62,34	43%	7,50	39%
Ruch Chorzów	14,80	31,61	47%	16,44	31%
KGHM Zagłębie Lubin	54,73	54,07	101%	30,00	65%
Cracovia	33,90	42,39	80%	30,00	47%
Śląsk Wrocław	47,71	68,58	70%	32,50	47%

Budżet wynagrodzeń, a wynik sportowy

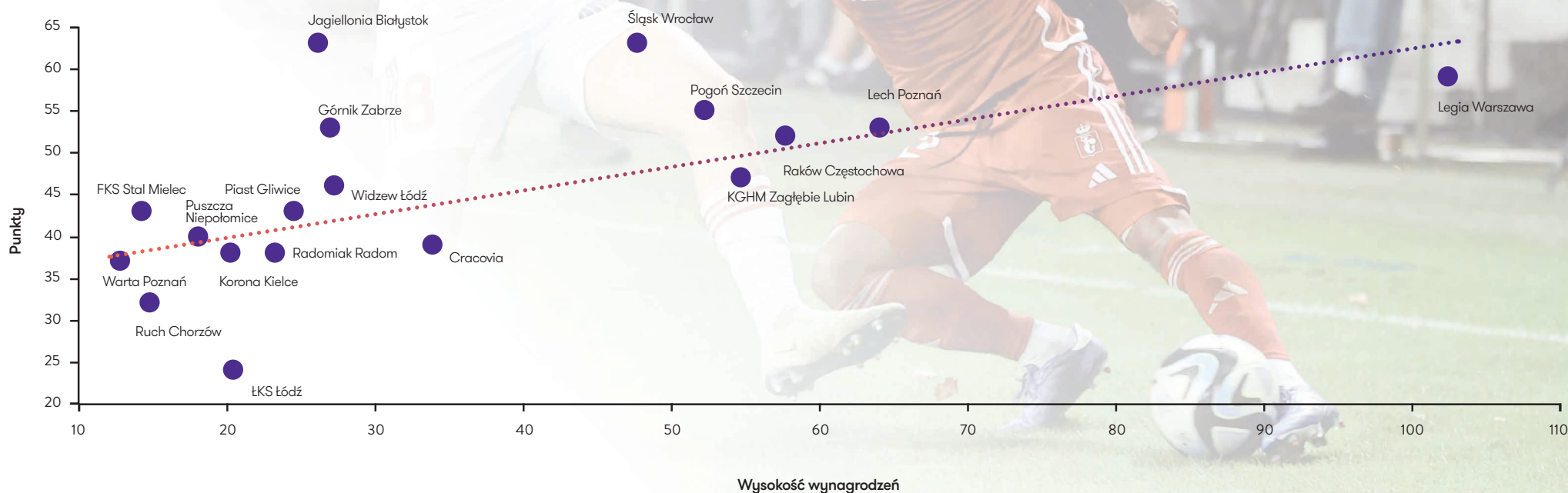
Wysokość wynagrodzeń, jak również poziom generowanych przychodów, czy po prostu dobra sytuacja finansowa klubu mogą, ale nie muszą, mieć znaczącego wpływu na sukcesy sportowe drużyny. Potwierdzenie tej tezy widoczne było w zeszłym sezonie na przykładzie Rakowa Częstochowa, który zdobył mistrzostwo pomimo nie najwyższego budżetu wynagrodzeń, a w sezonie 2023/24 po raz kolejny potwierdzają to **Jagiellonia Białystok** oraz **Śląsk Wrocław**, czyli odpowiednio Mistrz oraz Wicemistrz Polski.

W przypadku Jagiellonii teoretycznie jeden punkt zdobyty w rozgrywkach ligowych kosztował zaledwie 415 tys. zł. W przypadku Śląska kwota ta była wyższa i wyniosła 757 tys. zł,

jednak w dalszym ciągu niższa od wielu klubów w zestawieniu. **Legia Warszawa** to nadal klub, który wydaje największe kwoty na wynagrodzenia, przez co kosztu 1 punktu jest w tym klubie najwyższy. W porównaniu do poprzedniego sezonu wzrósł z 1,2 mln zł do 1,7 mln zł.

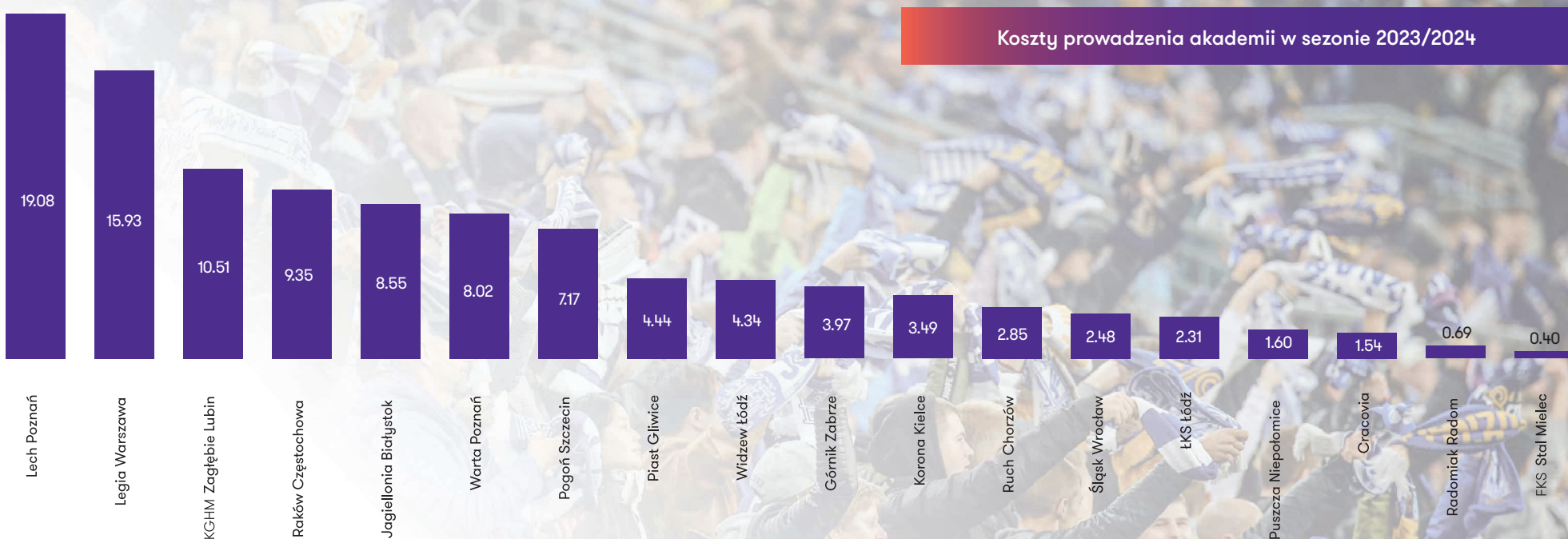
Na wykresie przedstawiona została również linia trendu, która obrazuje, które kluby zdobyły więcej lub mniej punktów niż wynikałoby to z budżetu wynagrodzeń (kluby powyżej linii odnotowują wysoką efektywność, a poniżej – niską). Wykres ten pokazuje, że najwyższą efektywność wykazują obecni Mistrz oraz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

Koszt wynagrodzeń w porównaniu do zdobytych punktów w sezonie 2023/24



Koszty prowadzenia akademii

Prowadzenie akademii piłkarskich stanowi kluczowy element strategii rozwoju wielu klubów, choć wiąże się z istotnymi wydatkami. W sezonie 2023/24 łącznie kluby przeznaczyły na ten cel niemal 107 mln zł. Koszty te obejmują inwestycje w infrastrukturę, szkolenie trenerów oraz codzienne funkcjonowanie akademii. Mimo to dobrze zarządzane akademie mogą stać się głównym źródłem przyszłych talentów i przychodów z transferów.



Najwięcej na prowadzenie akademii w sezonie 2023/2024 wydał **Lech Poznań** – aż **19,08 mln zł**. Akademia ta jest jedną z największych i najlepszych w Polsce, gdzie kariery rozpoczynali tacy zawodnicy jak Jan Bednarek, Karol Linetty czy Jakub Kamiński. Ten ostatni w poprzednim sezonie przyniósł Lechowi około 10 mln EUR przychodów transferowych (szacunek Transfermarkt). Pomimo znacznych nakładów finansowych, Lech Poznań odnosi wiele korzyści z inwestowania w szkolenie młodych talentów, zarówno poprzez wzmocnienie własnego składu, jak i sprzedaż zawodników do zagranicznych klubów. **Legia Warszawa** zajęła **drugie miejsce** pod względem największych wydatków

na akademię piłkarską, na którą w sezonie 2023/2024 przeznaczyła **15,93 mln zł**. Legia, podobnie do Lecha, również stawia na szkolenie młodych piłkarzy i wielokrotnie odnosiła na tym polu sukcesy, czego przykładem są Sebastian Szymański, Michał Karbownik czy Radosław Majecki, których sprzedaż wygenerowała łącznie ponad 16 mln EUR. **Podium** zestawienia zamyka **KGHM Zagłębie Lubin** z wydatkami na poziomie **10,51 mln zł**.

Najmniej na swoje akademie wydają Radomiak Radom (0,69 mln zł) i FKS Stal Mielec (0,40 mln zł).



W tegorocznym raporcie rozszerzona została analityka kosztów, które generują kluby. Jest to ważny element w funkcjonowaniu każdego przedsiębiorstwa, w tym również klubu piłkarskiego. Działalność klubów oczywiście znacznie różni się od zwykłego biznesu, a kluczowym elementem kosztowym są tu wynagrodzenia. W ramach tego elementu widoczna jest poprawa wydatkowania środków przez kluby oraz dążenie do przestrzegania zaleceń UEFA, zgodnie z którymi wskaźnik za sezon 2023/24 nie powinien przekraczać 90% przychodów. Poprawa wskaźników nie zmienia jednak faktu, iż w wielu przypadkach wynagrodzenia konsumują znaczne części przychodów.

Analizie poddane zostały również koszty związane z prowadzeniem akademii. Na przestrzeni całej ligi widoczne są znaczne dysproporcje w finansowaniu szkolenia. Jednak nie jest zaskoczeniem fakt, iż największe kwoty na młodzież wydawane są w Lechu Poznań oraz Legii Warszawa. Ciężko ocenić, jaki poziom finansowania akademii jest odpowiedni, natomiast biorąc pod uwagę transfery wychowanków polskiej ligi, na pewno jest to element, który w dłuższej perspektywie może okazać się bardzo opłacalny, co potwierdzają chociażby Legia oraz Lech.

Michał Stróżak
Senior Konsultant
Grant Thornton
Corporate Finance



Frekwencja

Coraz więcej kibiców ogląda z trybun mecze PKO Bank Polski Ekstraklasa. W sezonie 2023/2024 średnia frekwencja na mecz wyniosła 12 303 osoby, co oznacza wzrost o niemal 3 tysiące w porównaniu z poprzednim rokiem. Wzrastają również przychody z dnia meczowego, co świadczy o rosnącym zainteresowaniu polską piłką i rozgrywkami PKO PB Ekstraklasa.

Podobnie jak w sezonie 2022/2023, pierwsze dwa miejsca pod względem średniej frekwencji należą do Lecha Poznań i Legii Warszawa. Jednak w sezonie 2023/2024 na pierwszym miejscu uplasowała się drużyna z Poznania, na której spotkania przychodziło średnio **24 852 osób**. Mecze Legii oglądało z trybun średnio **24 716** kibiców. Jednak ze względu na występy w pucharach europejskich Legia posiada większą sumę frekwencji, wynoszącą ponad 604 768 osób. Gdyby zaliczać do średniej frekwencji występy w pucharach europejskich, to Legia notowałaby średnio 25 199 osób na meczu, co zmieniłoby kolejność na podium.

Trzecie miejsce należy do Śląska Wrocław, którego średnia frekwencja z sezonu na sezon znacząco wzrosła (o 117%) do **22 481** osób. Powodem tej zmiany były z pewnością dobre występy Śląska Wrocław w Ekstraklasie, gdzie do ostatniej kolejki walczył o tytuł Mistrza Polski. Ostatecznie klub zajął drugie miejsce w tabeli. Dla porównania, w sezonie 2022/2023 Śląsk zakończył rozgrywki na piętnastej pozycji. Przy jednej z najwyższych w lidze pojemności stadionu, średni współczynnik zapelnienia stadionu wyniósł w sezonie 2023/2024 53%.

*Ruch Chorzów ze względu na modernizację swojego stadionu, sezon 2023/2024 rozpoczął na stadionie Piasta Gliwice, po czym większość swoich spotkań domowych rozegrał na Stadionie Śląskim, którego pojemność wynosi 54 378 miejsc. ** Puszcza Niepołomice, z powodu niespełnienia wymogów organizacyjnych dotyczących meczów Ekstraklasa na swoim stadionie, rozgrywała domowe spotkania na stadionie Cracovii. Warta Poznań z powodu niespełnienia wymogów organizacyjnych dotyczących meczów Ekstraklasa na swoim stadionie, rozgrywała domowe spotkania na stadionie w Grodzisku Wielkopolskim. Wyjątek stanowił mecz z Lechem Poznań rozgrywany na stadionie Enea Poznań, gdzie osiągnięto frekwencję na poziomie 28 419 widzów.

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

Ranking sumy frekwencji z uwzględnieniem meczów w Pucharze Polski i europejskich pucharach

Klub	Średnia frekwencja 23/24 w Ekstraklasie	Pojemność stadionu	Średnie zapelnienie stadionu	Frekwencja: suma z uwzględnieniem meczów w Pucharze Polski i europejskich pucharach
Lech Poznań	24 852	42 837	58%	495 198
Legia Warszawa	24 716	31 103	79%	604 768
Śląsk Wrocław	22 481	42 771	53%	382 181
Ruch Chorzów*	18 480	54 378	34%	314 163
Pogoń Szczecin	17 265	21 163	82%	320 430
Widzew Łódź	17 186	18 018	95%	292 165
Górnik Zabrze	16 406	24 563	67%	278 906
Jagiellonia Białystok	13 723	22 372	61%	249 955
Korona Kielce	10 720	15 700	68%	188 802
ŁKS Łódź	9 708	18 029	54%	168 064
Cracovia	9 047	15 016	60%	157 674
Radomiak Radom	7 739	8 840	88%	131 563
KGHM Zagłębie Lubin	6 414	16 086	40%	109 038
FKS Stal Mielec	5 770	7 000	82%	99 876
Raków Częstochowa	5 265	5 500	96%	156 496
Piast Gliwice	5 090	9 736	52%	90 398
Warta Poznań	3 791	5 383	70%	64 448
Puszcza Niepołomice**	2 793	15 016	19%	47 474
RAZEM	12 303	373 511	64%	3 764 000



Przychód z dnia meczowego

Frekwencja na meczach piłkarskich odgrywa kluczową rolę w generowaniu przychodów klubów, nie tylko w Ekstraklasie, ale w ligach na całym świecie. Zapelnione trybuny wpływają nie tylko na wysokość przychodów ze sprzedaży biletów, ale także na wzrost wartości marki klubu.

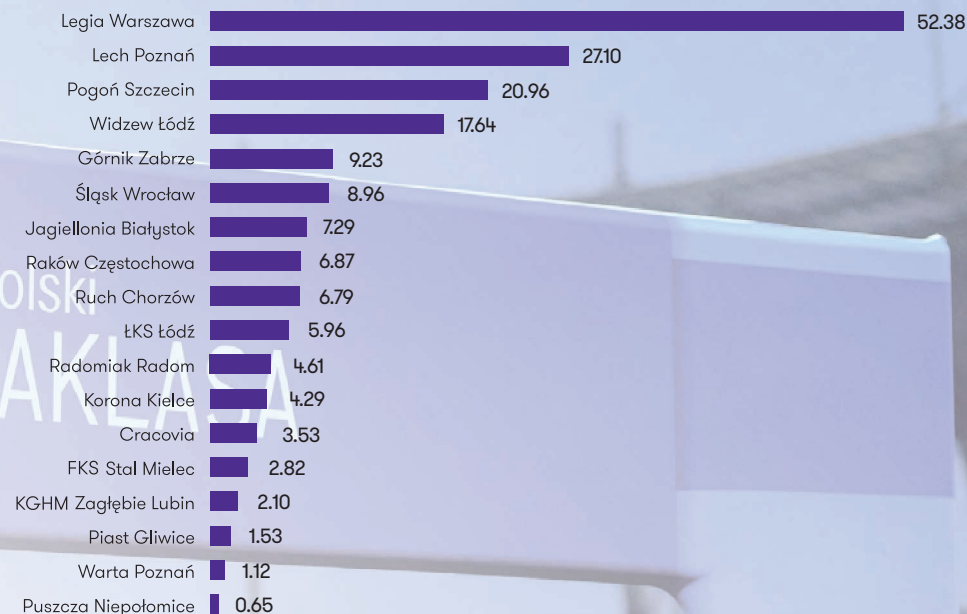
W rezultacie, kluby mogą liczyć na większe przychody z umów sponsorskich oraz innych źródeł finansowania. Wysoka frekwencja na meczach ma zatem istotne znaczenie dla sukcesu zarówno sportowego, jak i finansowego drużyny.

Od czasów pandemii możemy zaobserwować ciągły wzrost przychodów z dnia meczowego w klubach Ekstraklasy. W sezonie 2023/2024 przychody te wzrosły o 47 mln zł, osiągając wartość **184 mln zł**.

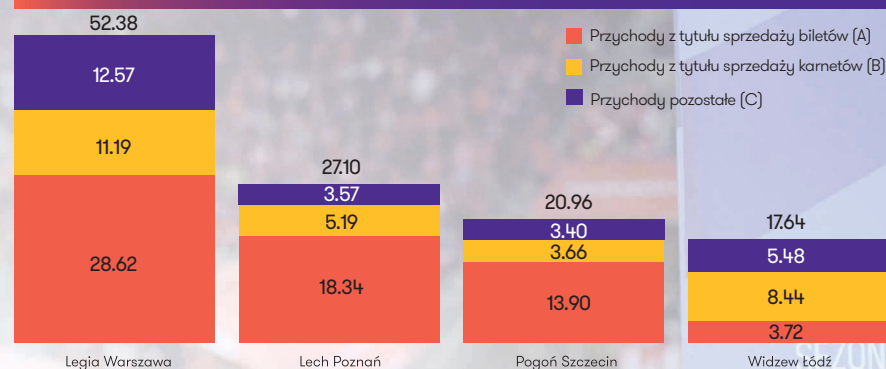
Legia Warszawa uzyskała największe przychody z dnia meczowego – na poziomie ponad **52 mln zł**. W większości składały się na nie przychody ze sprzedaży biletów (o wartości prawie 29 mln zł). Następne w kolejności pod względem przychodów z dnia meczowego są **Lech Poznań i Pogoń Szczecin**. W tych klubach największy udział w przychodach z dnia meczowego również pochodzi z sprzedaży biletów. Wyjątkiem jest zajmujący czwarte miejsce w zestawieniu **Widzew Łódź**, który największe przychody z dnia meczowego uzyskuje ze sprzedaży karnetów, co świadczy o dużej i stabilnej bazie oddanych kibiców.

Warto zwrócić uwagę, że duży wpływ na przychód z dnia meczowego mają przychody z tzw. miejsc biznesowych (sky boxy, bilety gold, bilety silver). Zgodnie ze standardami zachodnioeuropejskimi 30% miejsc na stadionie powinno generować 70% przychodu. Kluby, które nie uzyskują takiego wyniku, mają w tym względzie solidny potencjał wzrostu.

Przychód z dnia meczowego (w mln zł) w tym z meczów rozgrywanych w europejskich pucharach.



Przychód z dnia meczowego w podziale na segmenty w poszczególnych klubach (mln zł)



Baza kibiców

W bazach klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa zarejestrowanych jest ponad 2 mln kibiców. To głównie osoby, które choć raz rejestrowały zakup biletu na mecz albo wzięły udział w akcjach promocyjnych i ich dane nadal mogą być wykorzystywane przez kluby np. do prowadzenia działań marketingowych. To ogromny potencjał, by dalej zwiększać frekwencję na meczach.



Największą liczbę kibiców w tzw. bazach ticketingowych posiada **Legia Warszawa** – **ponad 650 tys.** Na **drugim i trzecim** miejscu znalazły się **Lech Poznań** z liczbą **322 tys.** kibiców i **Śląsk Wrocław** – **219 tys.** kibiców. Posiadanie dużej liczby kibiców w przypadku klubów na podium przełożyło się również na posiadanie największej w sezonie frekwencji na stadionach. **Najmniejszą** bazę ticketingową kibiców posiadają **FKS Stal Mielec** – 13 tys. i **Piast Gliwice** – 17 tys., które również nie mogą pochwalić się dużą średnią frekwencją na stadionach.

Imponujące wartości w bazach marketingowych i ticketingowych klubu świadczą o bardzo dużym zainteresowaniu piłką nożną w Polsce, a co za tym idzie – bardzo dużym zasięgu dla potencjalnych sponsorów. Można zakładać, że wartości te w najbliższych latach będą wzrastać, a łącznie z nimi przychody polskich klubów.



Przychód w przeliczeniu na jednego widza

Analizując średni przychód z dnia meczowego na widza, można zauważyć, że w zestawieniu dominuje Legia Warszawa. Średni przychód na widza jest bardzo zbliżony do wartości osiągniętej przed rokiem, kiedy wskaźnik ten wyniósł 88 zł. Zmiany natomiast odnotowane zostały na miejscach 2-4, gdzie Lech Poznań ustąpił miejsca Pogoni Szczecin oraz Widzewowi Łódź. Powyższa analiza pokazuje, iż kluby z bardzo dobrymi danymi

w zakresie średniej frekwencji jak Lech Poznań, Legia Warszawa, Widzew Łódź czy Pogoń Szczecin potrafią dodatkowo osiągać wysokie wartości przychodów z tego tytułu. Kluby znajdujące się na ostatnich miejscach rankingu często zapełniają stadion, zachęcając kibiców np. niższymi cenami biletów.

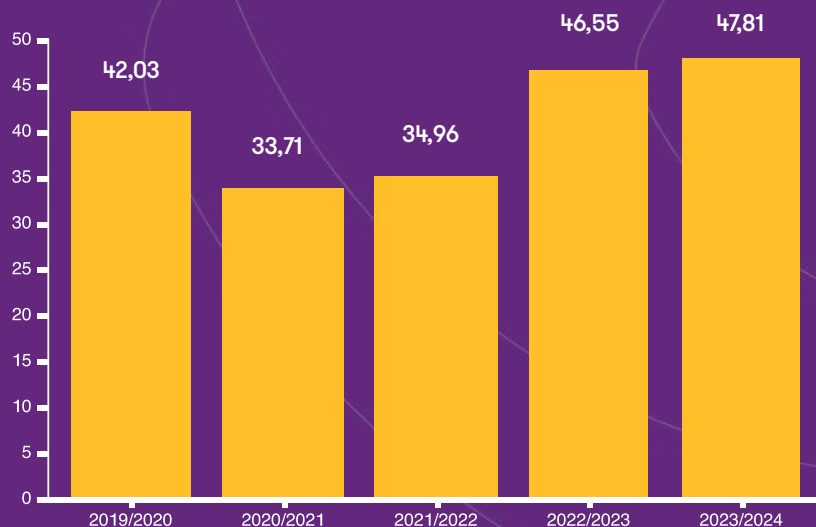


Oglądalność PKO Bank Polski Ekstraklasa

Jakub Szlendak
Analityk finansowy, współpracownik goal.pl
X: @KubaSzendak

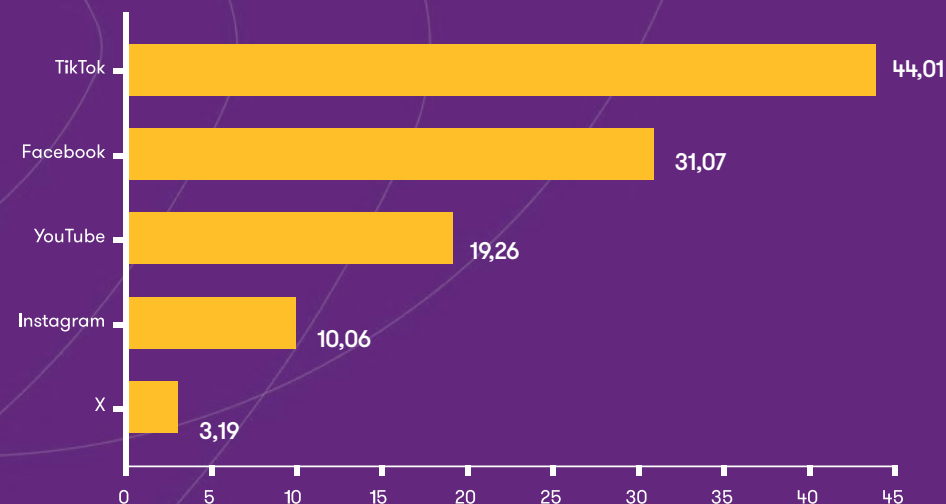


Łączna oglądalność meczów live w ostatnich 5 sezonach (w mln)



W sezonie 2023/2024 wzrosła oglądalność meczów PKO Bank Polski Ekstraklasa. Sumarycznie wyniosła ona 47 milionów 809 tysięcy widzów. Oznacza to wzrost w porównaniu do poprzedniego sezonu o 1 milion 256 tysięcy. Średnia widownia wzrosła ze 152 do 156 tysięcy na mecz. Średnia na kolejkę wyniosła natomiast 1 milion 406 tysięcy widzów (w poprzednim sezonie - 1 mln 369 tys.). Należy podkreślić, że oglądalność PKO BP Ekstraklasa rośnie przez 4 sezony z rzędu, notując w tym czasie wyniki lepsze o ponad 42%.

Wyświetlenia skrótów meczowych (w mln)



Źródło: Raporty Canal+ i TVP

W sezonie 2023/2024, zgodnie z umowami dot. praw mediowych, Ekstraklasa na swoich kanałach publikowała 60-sekundowe skróty ze wszystkich meczów PKO Bank Polski Ekstraklasa.

W poprzednim sezonie łączna liczba wyświetleń kluczowych akcji meczowych ponownie przekroczyła 100 milionów na kanałach Ekstraklasa (Facebook, Instagram, X, TikTok, YouTube).

Największą liczbę wyświetleń zanotowano na TikToku (ponad 44 mln) oraz na Facebooku (ponad 31 mln). Największe wzrosty miały miejsce na YouTube (+71%) oraz na TikToku (+91%)

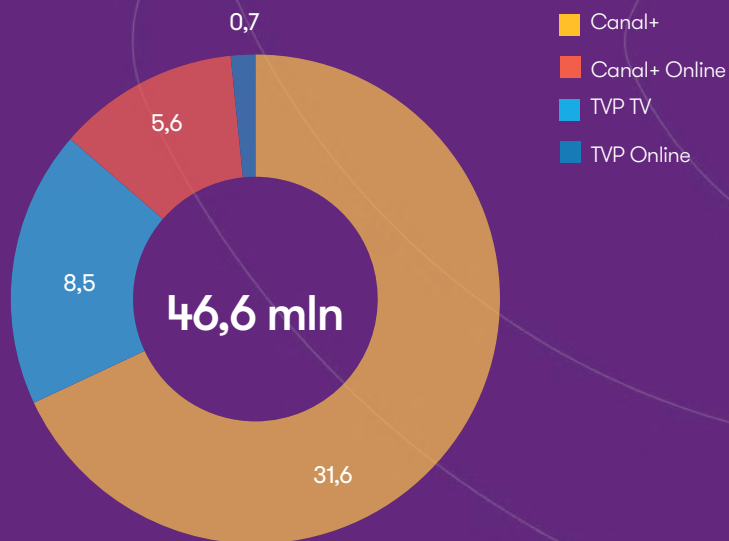


Oglądalność LIVE w podziale na platformy

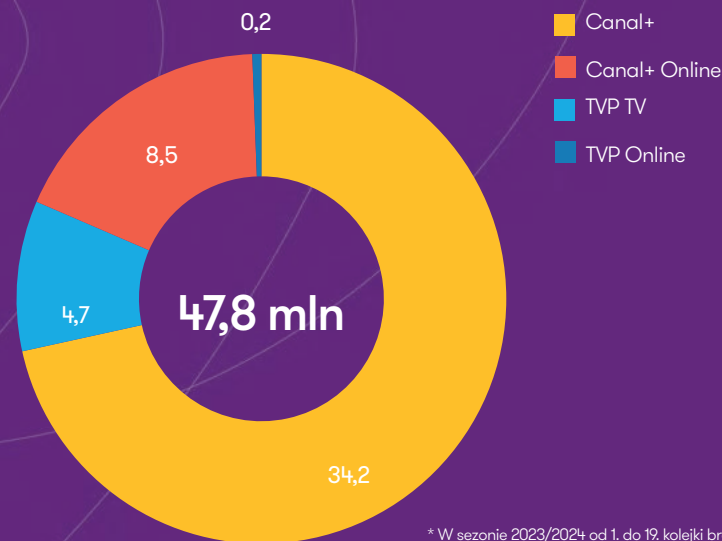
Jakub Szlendak
Analityk finansowy, współpracownik goal.pl
X: @KubaSzendak



2022/2023



2023/2024



* W sezonie 2023/2024 od 1. do 19. kolejki brak meczu w TVP
Źródło: Raporty Canal+ i TVP

W sezonie 2023/2024 oglądalność meczów na żywo na kanałach telewizyjnych Canal+ wyniosła 34.21 mln, tj. 71%. Zanotowano wzrost oglądalności o 8% w porównaniu do poprzedniego sezonu. Największy wzrost, o ponad 50% zanotowano na platformie Canal+ Online. łączna oglądalność wyniosła 8.57 mln.

Na antenach TVP mecze obejrzało 5 mln osób, czyli co dziesiąty kibic Ekstraklasa.

Wszystkie 306 meczów można było obejrzeć na antenach Canal+ i na Canal+ Online, a od 20. kolejki także jeden mecz w kolejce na TVP (łącznie 15 meczów).

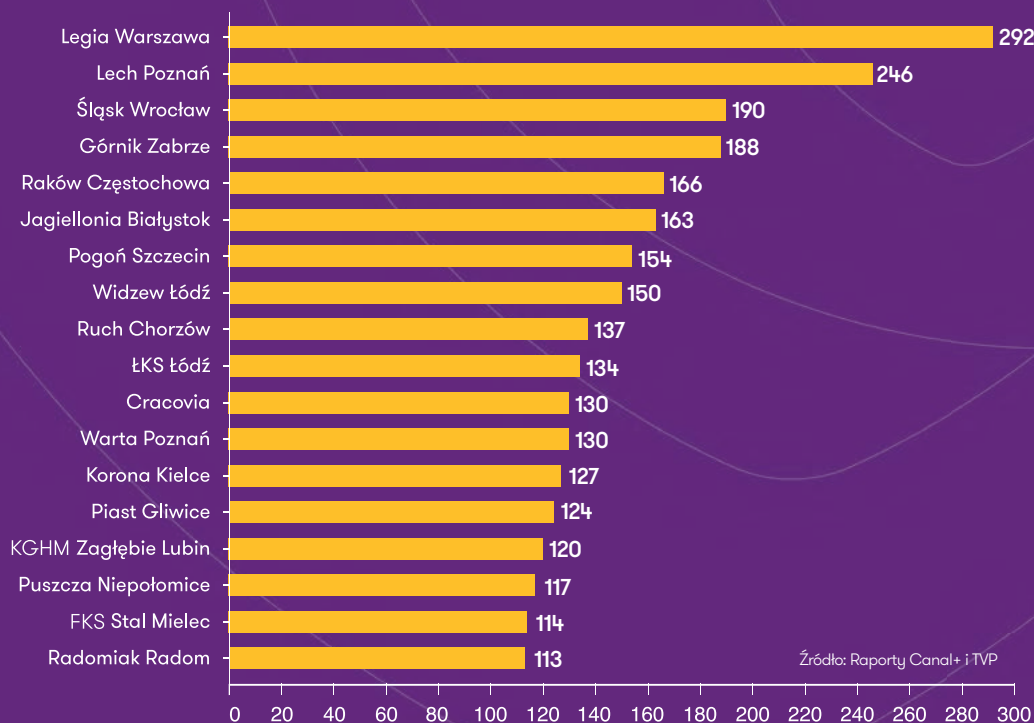


Średnia oglądalność LIVE poszczególnych klubów

Jakub Szlendak
 Analityk finansowy, współpracownik goal.pl
 X: @KubaSzendak



Średnia oglądalność live danego klubu (w tys.)



Najlepszy wynik pod względem oglądalności live miał mecz Legii Warszawa ze Śląskiem Wrocław w 29. kolejce. Obejrzało go nieco ponad milion osób. Na drugim miejscu znalazł się klasyk Lech Poznań - Legia Warszawa z 32. kolejki (933 tysiące). Podium zamyka rywalizacja Górnika Zabrze ze Śląskiem Wrocław w 26. kolejce (690 tysięcy). Dwa kluby przekroczyły średnią 200 tysięcy widzów na mecz pod względem oglądalności ich zmagania: Legia Warszawa i Lech Poznań.



Coraz wyższe wpływy przekazywane klubom

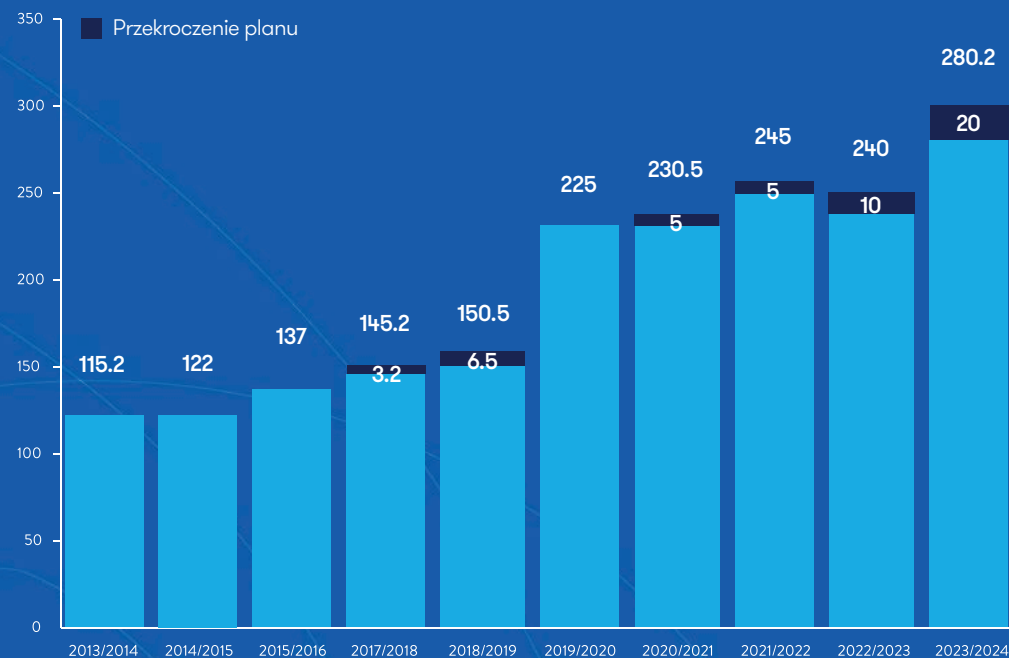
Środki przekazane 18 klubom przez Ekstraklasę, pochodzące ze sprzedaży scentralizowanych praw mediowych i marketingowych, to ważna składowa klubowych przychodów.

Ekstraklasa SA na przestrzeni lat wypracowuje coraz wyższe środki ze sprzedaży ligowych praw – dwuipółkrotny wzrost w ciągu 10 lat wobec sezonu 2013/14 – a to za sprawą pozyskiwania coraz wyższych kontraktów z głównym nadawcą (4-letnia umowa z Canal+ na 1,3 mld zł) oraz partnerami marketingowymi (PKO BP, Totalizator Sportowy, Engelbert Strauss, Stihl i innymi) - ponad 100 mln zł.

2023/24 był rekordowym sezonem z najwyższymi wpływami dla klubów z ligowej spółki – wzrost o 40 mln zł wobec wcześniejszego sezonu.

Na sezon 2024/25 zabudżetowano rekordowe wypłaty z ligi w wysokości 290 mln zł, z czego 280 mln zł ma trafić do klubów, a 10 mln zł do PZPN.

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



Wzrost wartości ligi dzięki działaniom Ekstraklasa SA

Działania Ekstraklasa na rzecz rozwoju klubów

Systematyczne działania ukierunkowane na zwiększanie wartości ligi, umożliwiające generowanie coraz wyższych wpływów ze sprzedaży praw mediowych i marketingowych, poprzez:

- Inwestycje w jakość rozgrywek poprzez nowoczesne rozwiązania technologiczne (Tracab, Panoris, Opta)
- Działania na rzecz popularyzacji rozgrywek
- Wzmacnianie wewnętrznych sił sprzedażowo-ekspertycznych, co w konsekwencji przekłada się na ograniczenie wypłaty środków dla zewnętrznych agencji bądź pośredników.

- Wielowymiarowe wsparcie działalności klubów, w tym w zakresie nowoczesnych technologii, szkoleń (z zakresu zarządzania, organizacji, marketingu itp.), wsparcie w kontaktach z organami administracji rządowej i samorządowej w zakresie rozwoju infrastruktury i akademii klubowych itp.
- Wykorzystanie środków LP do przeprowadzenia transmisji z imprez zewnętrznych takich jak Superpuchar Europy.

Inwestycja w nowoczesne Centrum Mediowe Ekstraklasa:

- Ekstraklasa Live Park w 2023 r. dokonała zakupu nieruchomości w Warszawie, gdzie powstanie nowe centrum mediowe – inwestycja pozwoli zwiększyć kompetencje i zakres świadczonych usług spółki produkcyjnej
- Centrum Mediowe będzie mogło obsługiwać zdalne transmisje części meczów (bez konieczności wysyłania wozów transmisyjnych) oraz centralny VAR
- Inwestycja ma przyczynić się do dalszego wzrostu atrakcyjności i popularności rozgrywek, a w konsekwencji zwiększenia wartości ligowych praw mediowych
- Termin realizacji – 2025/26



Ranking przychodów ogółem klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa za sezon 2023/2024

- 1 Legia Warszawa
- 2 Lech Poznań
- 3 Raków Częstochowa
- 4 Pogoń Szczecin
- 5 Śląsk Wrocław
- 6 Górnik Zabrze
- 7 Jagiellonia Białystok
- 8 Widzew Łódź
- 9 KGHM Zagłębie Lubin
- 10 Cracovia
- 11 FKS Stal Mielec
- 12 Radomiak Radom
- 13 ŁKS Łódź
- 14 Ruch Chorzów
- 15 Piast Gliwice
- 16 Korona Kielce
- 17 Warta Poznań
- 18 Puszcza Niepołomice



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 Ekstraklasa 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.





3. POZYCJA W TABELI

Legia Warszawa

Legia Warszawa z przychodami 267,03 mln zł po roku przerwy wróciła na fotel lidera rankingu przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa zdecydowanie wyprzedzając Lecha Poznań, ubiegłorocznego zwycięzcę rankingu.

Było to możliwe dzięki wyraźnej poprawie wyników w każdym segmentów działalności, na co ogólnie złożyło się 122,08 mln zł wpływów więcej niż w roku poprzednim. Wojskowi powrócił na pierwsze miejsce w rankingu finansowym potoczyli z zajęciem trzeciego miejsca w PKO Bank Polski Ekstraklasie oraz dotarciem do 1/8 finału rozgrywek Pucharu Polski.

Miniony sezon pokazuje, jak ważny dla finansów klubu jest udział w europejskich pucharach. Legia osiągnęła zdecydowanie wyższe przychody dzięki występom w Lidze Konferencji Europy, które zakończyła na etapie 1/16 finału, ulegając w rywalizacji norweskiemu Molde. Dzięki temu wzrosły

przychody od UEFA, które wyniosły 35,8 mln zł. W sezonie 2022/2023 było to tylko 3,95 mln zł. Europejskie rozgrywki miały też niewątpliwie wpływ na wzrost przychodów z dnia meczowego, które wyniosły 52,4 mln zł, a sezon wcześniej 31,6 mln zł.

„Wojskowi” osiągnęli również najwyższe przychody transferowe w lidze za sprawą sprzedaży m.in. Ernesta Muciego do Besikta-su Stambuł, Maika Nawrockiego do Celticu Glasgow czy Bartosza Śliśza do Atlanty United.

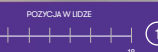
JAROSŁAW JURCZAK, WICEPREZES ZARZĄDU DS. FINANSOWYCH

Zakończony sezon 2023/2024 przyniósł znaczną poprawę sytuacji finansowej Klubu. Klub osiągnął drugie rekordowe przychody operacyjne w swojej historii, a także zanotował najlepszy wynik transferowy na sprzedaży zawodników.

Pozytywny wynik finansowy tego sezonu znacznie poprawił sytuację płynnościową oraz zwiększył możliwości inwestycyjne w utrzymanie i podniesienie jakości pierwszej drużyny na kolejny rok. Aspiracje Klubu w sezonie 2024/2025 są wysokie – zarówno w kontekście sportowym, jak i komercyjnym. Jeżeli nasze cele zostaną osiągnięte, to ponownie znacząco przekroczymy granicę 200 mln zł przychodów.

PRZYCHODY OGÓŁEM

267,03



PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

188,02



PRZYCHODY TRANSFEROWE

79,01



KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

38%



ŚREDNIA FREKWENCJA

24 716



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

23 353



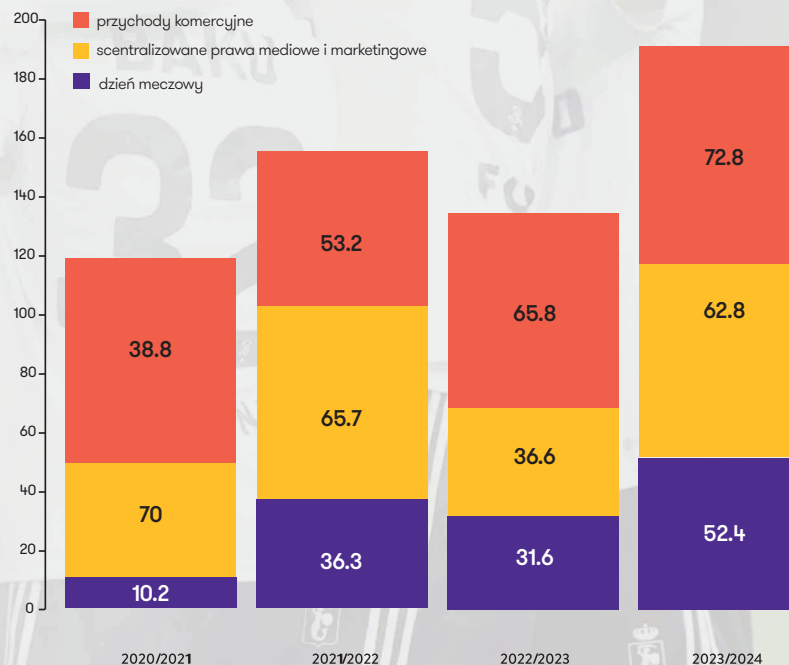
NAJWIĘCEJ JOSUE

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

650 000



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





5. POZYCJA W TABELI

Lech Poznań

Lech Poznań zanotował spadek w rankingu przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa sezonu 2023/2024 o jedną lokatę z pozycji lidera, osiągając wynik 123,1 mln zł. Wpływ na to miało przede wszystkim zmniejszenie przychodów z podstawowej działalności o 36%.

Regres zanotowany w klasyfikacji finansowej był powiązany z gorszymi wynikami sportowymi, tzn. wypadnięciem poza podium tabeli ligowej oraz brakiem kwalifikacji do fazy grupowej Ligi Konferencji Europy. Efektem niższych środków uzyskanych z PKO Bank Polski Ekstraklasa oraz UEFA jest spadek najistotniejszej w ubiegłym roku dla „Lechitów” kategorii przychodowej, czyli scentralizowanych praw mediowych i marketingowych o 63%, tj. o 42,3 mln zł.

Najwyższa średnia frekwencja w lidze (24 852 osób), która wzrosła sezon do sezonu o 20% nie zrekompensowała braku spotkań w rozgrywkach europejskich i wpływy z dnia meczowego zanotowały obniżkę o 33%, tj. 13,2 mln zł. Wzrost zanotowała natomiast kategoria przychodów komercyjnych, głównie dzięki wyższym o 5,7 mln zł wartościom umów sponsorskich i reklamowych - 20 % wzrost do prognozy 34,8 mln zł.

TOMASZ KACPRZYCKI, DYREKTOR FINANSOWY

Za nami rozczarowujący sportowo rok, który jednocześnie przyniósł kilka pozytywnych zjawisk pod kątem finansowym. Cieszą przede wszystkim rekordowe liczby, jeśli chodzi o frekwencję na stadionie [średnio prawie 25 tys. kibiców czy doskonałe wyniki działalności handlowej]. Wyraźnie widzialna jest „moda na Ekstraklasę”, co każe być optymistą. Kolejny rok potrafiliśmy także dokonać dużego transferu zagranicznego.

Strata finansowa spowodowana jest w całości brakiem realizacji założonych celów natury sportowej, a więc brakiem udziału w fazie grupowej europejskich pucharów oraz zakończeniem sezonu poza TOP3 PKO Bank Polski Ekstraklasa. Zmiana tego stanu jest jednocześnie największym wyzwaniem nadchodzącego sezonu.

PRZYCHODY OGÓŁEM

123,1 POZYCJA W LIDZE 2

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

86,34 3

PRZYCHODY TRANSFEROWE

36,76 2

KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

52% 8

ŚREDNIA FREKWENCJA

24 852 1

LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

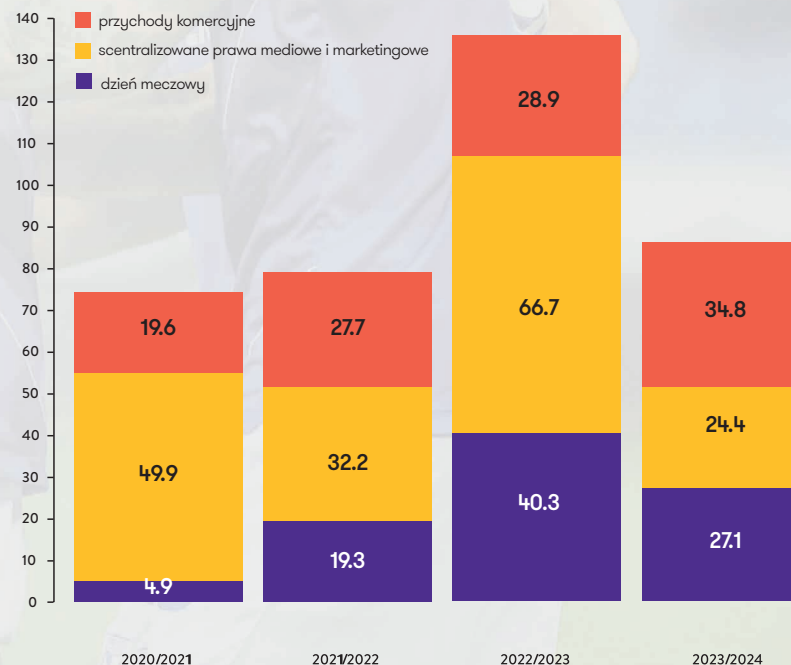
14 520 2

NAJWIĘCEJ MIKAEL ISHAK

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

322 271 2

STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





7. POZYCJA W TABELI

Raków Częstochowa

Mistrz Polski z sezonu 2022/2023 utrzymał pozycję na podium rankingu przychodów ogółem klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa, zajmując 3. miejsce z wynikiem 114,6 mln zł.

Na wzrost wartości przychodów Rakowa Częstochowa miała wpływ przede wszystkim działalność podstawowa klubu, która w stosunku do poprzedniego sezonu spektakularnie wzrosła o 48,8 mln zł. W sezonie 2023/24 „Medaliki” jako trzeci polski klub przekroczył w przychodach poziom 100 mln zł.

Na szczególną uwagę zasługuje 2,5-krotny wzrost wpływów w kategorii scentralizowanych praw mediowych i marketingowych do poziomu 80,7 mln zł. Przyczyniły się do tego występy w europejskich pucharach. „Medaliki”

w kwalifikacjach do fazy grupowej Ligi Mistrzów odpadły dopiero w ostatniej rundzie kwalifikacyjnej (co było równoznaczne z udziałem w fazie grupowej Ligi Europy). Łącznie w ubiegłym sezonie Raków rozegrał 14 spotkań w Europie.

Klub z Częstochowy w minionym sezonie poniósł najwyższe wydatki transferowe w kwocie 23,9 mln zł.

BARTOSZ KUC, KIEROWNIK DS. FINANSOWYCH

Sezon 2023/24 ugruntował pozycję Rakowa w czołówce polskiej piłki klubowej. Awans do fazy grupowej Ligi Europy przyniósł Klubowi rekordowe wpływy sponsoringowe, a dobry poziom sportowy przełożył się również na wyraźny wzrost sprzedaży w klubowych sklepach. Znaczna część nagród finansowych została reinwestowana w pozyskanie nowych zawodników, których potencjał sprzedażowy został udowodniony już rok później, w postaci sprzedaży m.in. Ante Crnaca oraz Johna Yeboaha. Klub cały czas zmagają się z problemami infrastrukturalnymi, które nie pozwalają w pełni wykorzystać swojego potencjału. Z punktu widzenia finansów był to sezon o rekordowych przychodach, który pomimo poniesienia dużego wkładu finansowego zakończył się osiągnięciem wyraźnego zysku. Celem Rakowa na obecny sezon jest rywalizacja o Mistrzostwo oraz Puchar Polski, co pozwoli powrócić Klubowi na wytyczoną ścieżkę, czyli grę w fazie grupowej europejskich pucharów

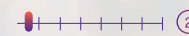
PRZYCHODY OGÓŁEM

114,60



PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

109,32



PRZYCHODY TRANSFEROWE

5,28



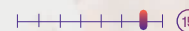
KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

50%



ŚREDNIA FREKWENCJA

5 265



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

2 506



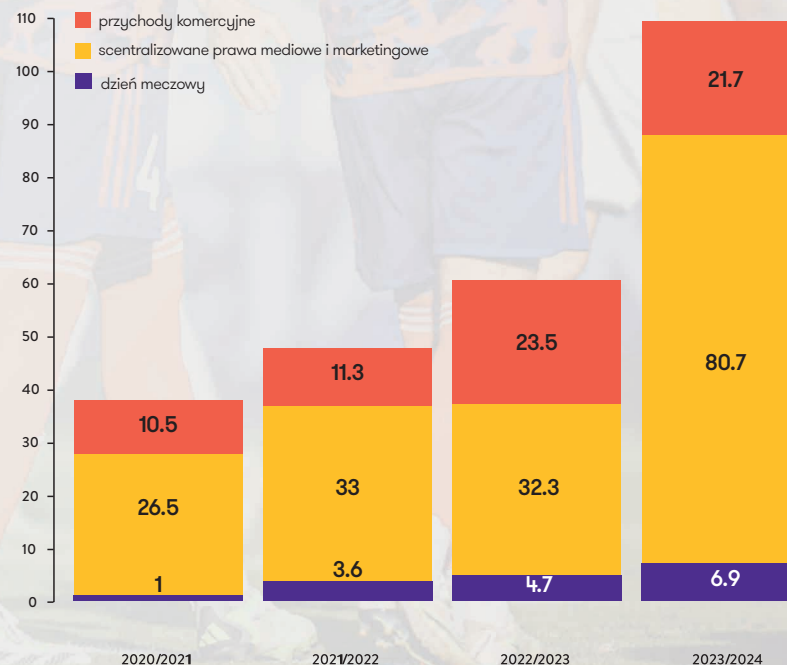
NAJWIĘCEJ FRAN TUDOR

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

105 448



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





4. POZYCJA W TABELI

Pogoń Szczecin

Pogoń Szczecin analogicznie do poprzedniego sezonu uzyskała tę samą, tj. 4. lokatę zarówno w rywalizacji sportowej, jak i rankingu przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa sezonu 2023/2024. Utrzymanie tej lokaty zapewnił wzrost aż o 58%, tj. o 33,4 mln zł, przychodów z działalności podstawowej.

„Duma Pomorza” zanotowała imponujący na tle konkurentów 80% wzrost przychodów komercyjnych, który oprócz zwiększenia wartości umów sponsorskich i reklamowych był również efektem większych o 73% przychodów z t. merchandisingu na poziomie 8,5 mln zł. Przyczyniło się do tego otwarcie nowego sklepu kibica oraz zastąpienie punktów sprzedaży w centrach handlowych współpracą z sieciami detalicznymi. Druga najistotniejsza kategoria przychodo-

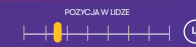
wa dla „Portowców”, czyli scentralizowane prawa mediowe i marketingowe również osiągnęła wzrost o 14%, tj. o 2,7 mln zł. Coraz ważniejszym źródłem przychodów „Granatowo-Bordowych” jest frekwencja. Piąty w kraju wynik, na średnim poziomie 17 265 widzów, oznaczał 82% zapętnienie stadionu miejskiego im. Floriana Krygiera i przełożył się na zwiększenie przychodów z dnia meczowego o 64%, tj. 8,2 mln zł w pierwszym pełnym sezonie rozegranym na nowym obiekcie.

PIOTR DERKOWSKI, DYREKTOR FINANSOWY

Po niezadowolającym pod względem finansowym sezonie 22/23, wynik w rozgrywkach 23/24 kształtował się będzie na zdecydowanie korzystniejszym poziomie, jednak ze względu na niezrealizowanie założeń sportowych (w szczególności brak kwalifikacji do pucharów europejskich) pozostanie ujemny. Najważniejszym zagadnieniem w bieżącym sezonie będą kwestie planowania w obszarze płynności finansowej, które znacząco ułatwiłyby korzystne rozstrzygnięcia w obszarze transferowym.

PRZYCHODY OGÓŁEM

90,79



PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

79,54



PRZYCHODY TRANSFEROWE

11,25



KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

58%



ŚREDNIA FREKWENCJA

17 265



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

13 198



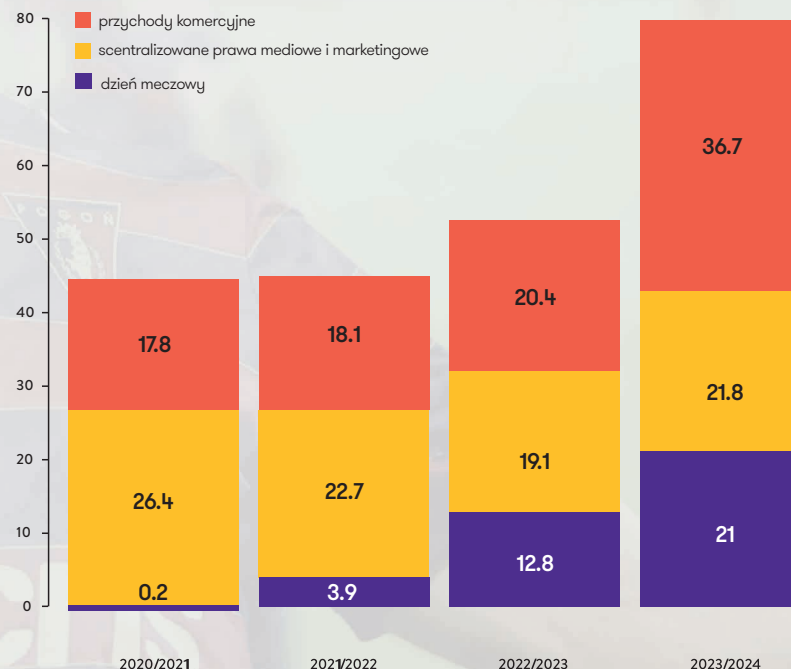
NAJWIĘCEJ KAMIL GROSICKI

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

160 000



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





2. POZYCJA W TABELI

Śląsk Wrocław

Śląsk Wrocław w minionym sezonie z przychodami w wysokości 65,6 mln zł uplasował się na 5. miejscu w rankingu przychodów ogółem klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa, co stanowi awans o 6 pozycji w stosunku do zeszłorocznego raportu. Jeszcze większy progres Śląsk zanotował na poziomie sportowym, zajmując 2. miejsce na koniec sezonu 2023/2024

Przychody z podstawowej działalności wzrosły niemal dwukrotnie z 27,4 mln zł w sezonie 2022/23 do 53,8 mln zł w sezonie 2023/24. Największy udział w przychodach stanowiły scentralizowane prawa mediowe i marketingowe (52,8%), które wyniosły 28,4 mln zł i wzrosły o 18,8 mln zł. Tak duży wzrost wynika między innymi z otrzymanych benefitów za sukces sportowy. Lepsze występy Śląska Wrocław

zaowocowały również wyższą frekwencją, co przełożyło się na ponad 2,5 razy większe przychody z dnia meczowego.

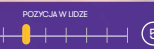
Klub z Wrocławia osiągnął też wysokie przychody transferowe w wysokości 14,8 mln zł ze sprzedaży m.in. Johna Yeboaha do Rakowa Częstochowy oraz Karola Borysa do KVC Westerlo.

MARCIN KIJ, DYREKTOR FINANSOWY

Sytuacja finansowa Klubu w ostatnim sezonie znacząco się poprawiła. Powodem były bardzo dobre wyniki sportowe i liczne akcje marketingowe, które przełożyły się na ogromny wzrost frekwencji na trybunach, a także przychody ze sprzedaży praw z transmisji, reklamodawców, dnia meczowego czy merchadisingu. Co ważne, konsekwentnie realizowana była także polityka transferowa, która także pozwoliła na ustabilizowanie sytuacji finansowej. Z pewnością wyzwaniem będzie dalsze wzmacnianie drużyny, która na stałe będzie mogła zagościć w czołówce tabeli ligowej oraz na arenach europejskich. Realizacja tych planów pozwoli na ustabilizowanie sytuacji finansowej spółki.

PRZYCHODY OGÓŁEM

68,58



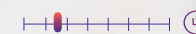
PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

53,79



PRZYCHODY TRANSFEROWE

14,79



KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

70%



ŚREDNIA FREKWENCJA

22 481



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

4 370



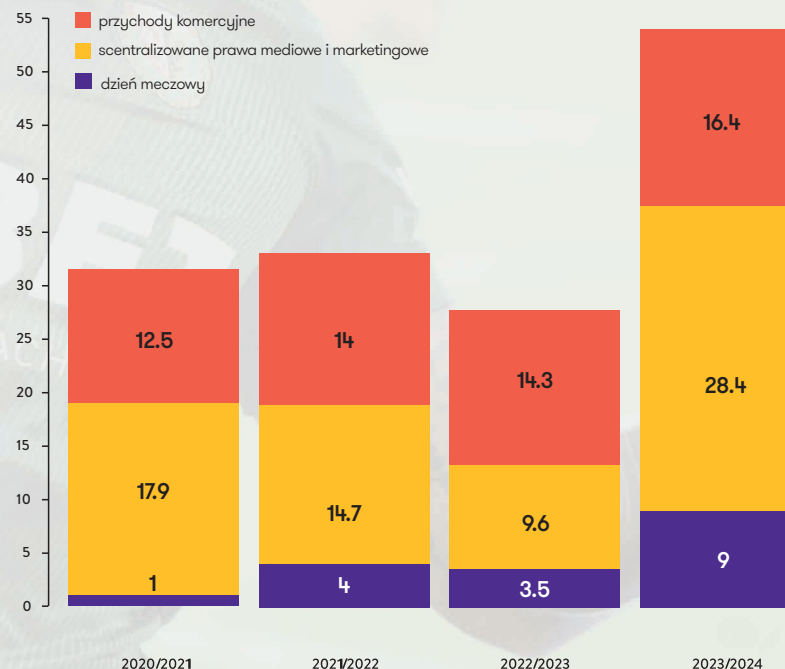
NAJWIĘCEJ ERIK EXPOSITO

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

219 214



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





6. POZYCJA W TABELI

Górnik Zabrze

Górnik Zabrze w sezonie 2023/2024 ponownie zajął 6. miejsce w lidze pod względem przychodów i wyników sportowych. Łączne przychody klubu wzrosły o 7,4 mln zł, co stanowi 23% wzrost w porównaniu do poprzednio badanego sezonu.

pozytywnym zjawiskiem jest wzrost przychodów z dnia meczowego o 59% w stosunku do zeszłego roku, co koreluje z większą liczbą kibiców przychodzących na mecze Górnika. W sezonie 2023/24 średnia frekwencja na stadionie przy ulicy Roosevelta wyniosła 16 406, co plasuje Górnik na 6. pozycji pod względem średniego udziału kibiców w meczach domowych „Trójkolorowych”. Jest to zasługa bardzo dobrej postawy zawodników Górnika, którą można zawdzięczać przemy-

ślanej polityce transferowej klubu. W minionym sezonie Górnik wykazał dodatni bilans transferowy na poziomie 18,1 mln zł. Wynikało to przede wszystkim ze sprzedaży Daisuke Yokoty do belgijskiego KAA Gent oraz Szymona Włodarczyka do austriackiego Sturm Graz. Wartość przychodów wygenerowanych przez klub z Zabrze z tytułu transferów z klubu wyniosła 23,8 mln zł, natomiast koszt transferów pozyskanych do klubu wyniósł 5,7 mln zł.

DR BARTŁOMIEJ GABRYŚ, CZŁONEK ZARZĄDU

Kluczowym z punktu widzenia efektywności finansowej Klubu było bieżące utrzymanie płynności w sezonie 2023/24. Środki finansowe pozyskane ze sprzedaży praw do zawodników pozwoliły na sfinansowanie części bieżącej aktywności sportowej, jak i części biznesowej. Sytuacja Klubu była trudna, pojawiały się opóźnienia w wybranych płatnościach, choć ostatecznie udało się zrealizować najważniejsze wyzwania finansowe, to nie pozostały one bez wpływu na przyszłe decyzje dotyczące kolejnego sezonu. Warto wskazać, iż wyzwania finansowe przełożyły się również na zmiany organów zarządzających klubu.

PRZYCHODY OGÓŁEM

62,34 POZYCJA W LIDZE 6

PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

38,54 10

PRZYCHODY TRANSFEROWE

23,8 3

KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

43% 3

ŚREDNIA FREKWENCJA

16 406 7

LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

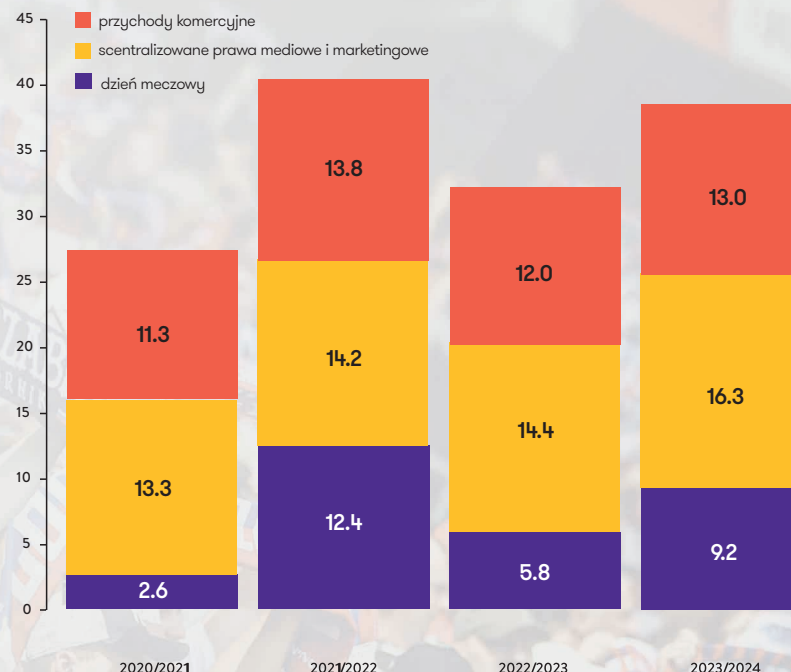
5 326 6

NAJWIĘCEJ LUKAS PODOLSKI

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

194 351 4

STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





1. POZYCJA W TABELI

Jagiellonia Białystok

Jagiellonia Białystok z przychodami ogółem na poziomie 59,6 mln zł zajęła w ubiegłym sezonie 7. miejsce w lidze, to samo co przed rokiem. Jeśli jednak wziąć pod uwagę przychody z działalności podstawowej (bez transferów) awansowała z 5. na 4. miejsce, ponieważ odnotowała w tej kategorii wzrost o 20 mln zł. Efektywność wykorzystania posiadanych środków była 3. najwyższa w lidze, gdyż średni koszt zdobycia 1 pkt wyniósł tylko 0,41 mln zł. Pozwoliło to „Jadze” na poprawienie wyniku sportowego o 13 miejsc, i zdobycie historycznego pierwszego Mistrzostwa Polski.

Sukces boiskowy wpłynął na sytuację finansową klubu z Podlasia, którą najdobitniej można zaobserwować we wzroście ze scentralizowanych praw mediowych i marketingowych o 168%, tj. o 19,7 mln zł. Z 31,4 mln zł przychodów z tego tytułu aż 90% stanowią środki uzyskane z PKO Bank Polski Ekstraklasy.

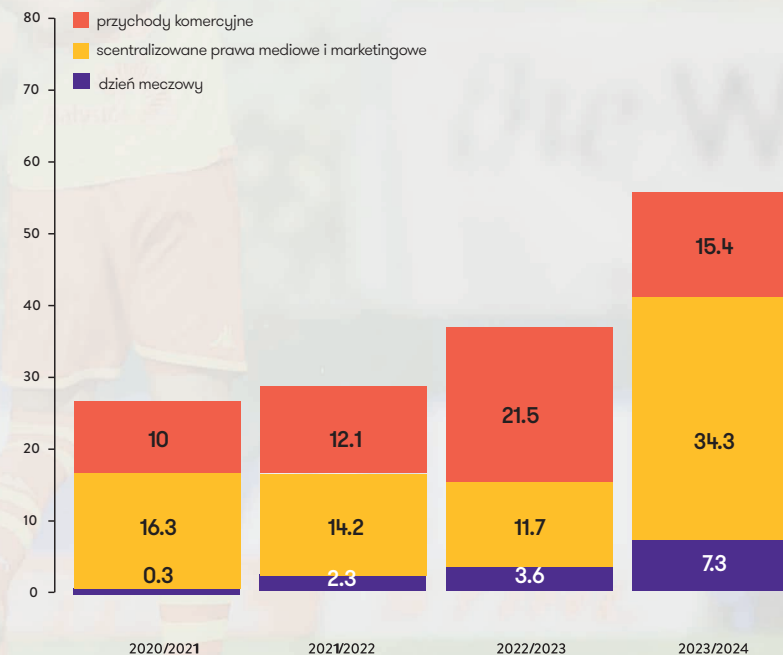
Silny, 103-procentowy, skok został osiągnięty również w przychodach z dnia meczowego, dzięki wyższej o 52% (13 723 osób) średniej frekwencji przy ul. Stłonecznej 1.

PIOTR ZIMNOCH, DYREKTOR FINANSOWY

Sytuacja finansowa Klubu na koniec sezonu 2023/2024 jest dobra, z uwagi na osiągnięty wynik sportowy, tj. zdobycie Mistrzostwa Polski i związane z nim korzyści finansowe. Największym wyzwaniem poprzedniego sezonu było odzyskanie płynności finansowej. Planujemy w obecnym sezonie udział minimum w fazie grupowej Ligi Konferencji oraz osiągnięcie miejsca w sezonie 2024/2025 w Ekstraklasie, które umożliwi dalszą grę w Pucharach Europejskich. Zrealizowanie tych planów sportowych jeszcze bardziej umocni pozycję finansową Klubu.

PRZYCHODY OGÓŁEM	59,56	POZYCJA W LIDZE 7
PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ	57,03	5
PRZYCHODY TRANSFEROWE	2,52	12
KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH	44%	4
ŚREDNIA FREKWENCJA	13 723	8
LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK	10 000	4
NAJWIĘCEJ KOSZULKA MISTRZOWSKA		
LICZBA KIBICÓW W BAZIE	53 618	13

STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





9. POZYCJA W TABELI

Widzew Łódź

Widzew Łódź swój drugi sezon po powrocie do PKO Bank Polski Ekstraklasa zakończył nie tylko z lepszym wynikiem sportowym, ale również z większymi przychodami, co pozwoliło łódzkiemu klubowi wskoczyć na 8. miejsce w rankingu przychodów w lidze. Przychody ogółem wzrosły o 39%, tj. o 14,8 mln zł, i wyniosły 58,08 mln zł.

Widzew zanotował stabilny wzrost przychodów w każdym z 3 segmentów: przychody komercyjne wzrosły o 7,4 mln zł, scentralizowane prawa mediowe i marketingowe o 4,4 mln zł, z dnia meczowego – o 3,2 mln zł. Na szczególną uwagę zasługuje frekwencja na meczach Widzewa. Średnie zapętnienie

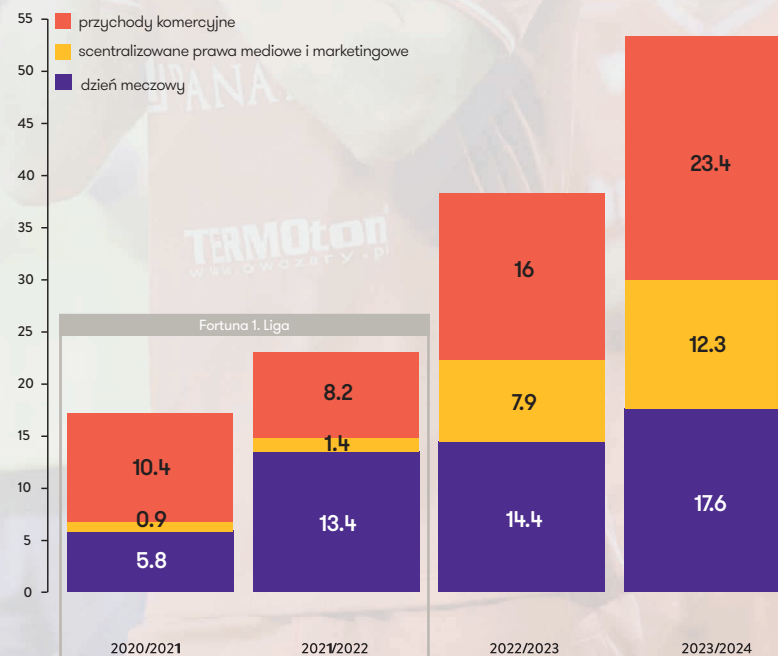
stadionu na meczach domowych wyniosło 95%, co było najwyższym wynikiem w sezonie 2023/24 (ex aequo z Rakowem Częstochowa). Widzew może się też pochwalić sprzedażą największej liczby karnetów wśród drużyn występujących w PKO Bank Polski Ekstraklasa (ponad 15 tys.).

MICHAŁ RYDZ, PREZES ZARZĄDU

Sezon 2023/24 to kolejny okres, w którym Widzew osiągnął zysk. Sytuacja finansowa jest bardzo stabilna, a Klub ma dwa filary: przychody z dnia meczowego i komercyjne. Cieszymy się, że nie zależymy tylko od jednego podmiotu, a źródeł przychodów jest wiele. To daje bezpieczeństwo. Priorytetem Klubu ma być sport, więc intencją będzie zwiększanie nakładów w tej kategorii, aby osiągać jak najwyższe cele. Równolegle środki będą inwestowane w Akademię, infrastrukturę oraz rozwój organizacyjny.

PRZYCHODY OGÓŁEM	58,08	POZYCJA W LIDZE 8
PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ	53,28	7
PRZYCHODY TRANSFEROWE	4,81	10
KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH	47%	6
ŚREDNIA FREKWENCJA	17 186	6
LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK	7 561	5
NAJWIĘCEJ PERSONALIZACJA WŁASNA		
LICZBA KIBICÓW W BAZIE	99 684	11

STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





8. POZYCJA W TABELI

KGHM Zagłębie Lubin

KGHM Zagłębie Lubin sezon ligowy 2023/2024 PKO Bank Polski Ekstraklasy zakończyło z minimalnie lepszym wynikiem sportowym (poprawa o jedno miejsce względem 9. pozycji w poprzedniej kampanii). Jednak osiągnięte przez klub przychody z podstawowej działalności uległy niewielkiemu obniżeniu, tj. z poziomu 55,3 mln zł do 54,1 mln zł, co skutkowało spadkiem w rankingu klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa z pozycji 5. na 9.

Największy udział stanowią przychody komercyjne 60% (spadek o 1,1 mln zł względem poprzedniego sezonu). Drugą największą kategorią przychodów (podobnie, jak w poprzednim sezonie) są przychody z transmisji, które zapewniają 36% w struktu-

rze przychodów z podstawowej działalności (tj. 17,5 mln zł). Warto jednak zauważyć, że Zagłębie jest jednym z dwóch klubów Ekstraklasy, w których udział kosztów wynagrodzeń w stosunku do przychodów ogółem przekracza 100%.

IRENA CISOWSKA – GŁÓWNY KSIĘGOWY

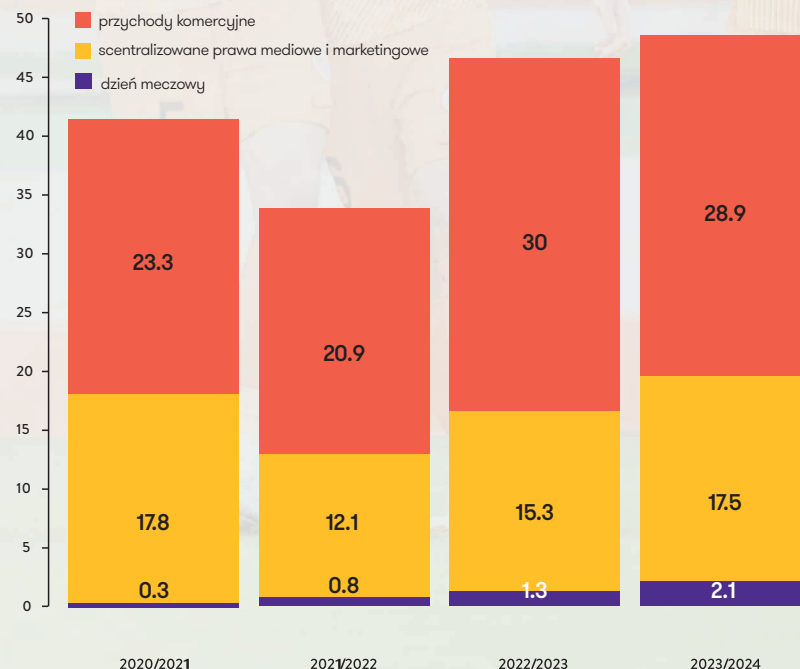
Ostatni rok pod względem finansowym był dobry i stabilny. Największe wyzwania biznesowe to utrzymanie stabilnej gry pierwszego zespołu w meczach PKO Bank Polski Ekstraklasy, w tym udział wychowanków w tych rozgrywkach. Na obecny sezon nasze oczekiwania w kontekście sytuacji finansowej to utrzymanie stabilnej gry pierwszego zespołu oraz utrzymanie finansowania przez głównego sponsora i innych sponsorów.

PRZYCHODY OGÓŁEM	54,07	POZYCJA W LUDZE
PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ	48,52	
PRZYCHODY TRANSFEROWE	5,55	
KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH	101%	
ŚREDNIA FREKWENCJA	6 414	
LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK	899	

NAJWIĘCEJ BRAK DANYCH

LICZBA KIBICÓW W BAZIE	40 567	
-------------------------------	---------------	--

STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





13. POZYCJA W TABELI

Cracovia

Przychody Cracovii na poziomie 42,4 mln zł w minionym sezonie były porównywalne do tych z poprzedniego sezonu i pozwoliły na zajęcie 10. miejsca w rankingu przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa. „Pasy” odnotowały nieznaczny wzrost w każdym segmencie przychodów. Największe wpływy wygenerowano ze źródeł komercyjnych, zwłaszcza poza dniami meczowymi, tj. za wynajem stadionu czy kompleksu sportowego w Rącznej, co przyniosło klubowi 11,2 mln zł.

Z tytułu scentralizowanych praw mediowych i marketingowych klub otrzymał 13,8 mln zł. Największą część stanowiły wpływy z Ekstraklasa, tj. 12,6 mln zł. Wzrosły również przychody klubu z dnia meczowego o 0,5

mln zł. Stadion przy ulicy Józefa Kałuży 1 w trakcie meczów cieszył się średnią frekwencją 9 047 kibiców na mecz, więc o ponad 612 więcej niż w poprzednim sezonie.

DR MATEUSZ DRÓŹDŹ - PREZES ZARZĄDU

Rok 2023 pod względem finansowym był dla Cracovii sporym wyzwaniem. Jednak dzięki wsparciu właściciela klubu, firmy Comarch S.A., sytuacja finansowa klubu jest dobra i pozwala na jego dalszy rozwój. Jedno z największych wyzwań biznesowych dotyczyło przejęcia pakietu większościowej akcji przez Comarch S.A. od miasta Kraków. Plany na przyszły rok dotyczą przede wszystkim uzyskania większej dywersyfikacji przychodów spółki oraz ustabilizowanie pozycji kosztowych Cracovii.

PRZYCHODY OGÓŁEM

42,39



PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

41,52



PRZYCHODY TRANSFEROWE

0,87



KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

80%



ŚREDNIA FREKWENCJA

9 047



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

4 340



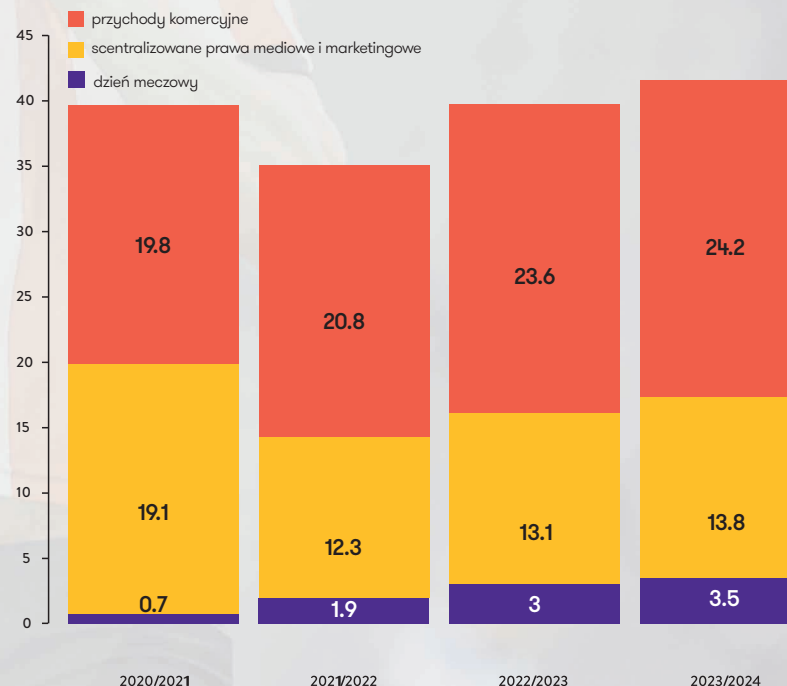
NAJWIĘCEJ MICHAŁ RAKOCZY

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

127 720



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





11. POZYCJA W TABELI

FKS Stal Mielec

W sezonie 2023/24 FKS Stal Mielec uplasowała się na 11. miejscu w PKO Bank Polski Ekstraklasie pod względem sportowym, powtarzając wynik z poprzedniego sezonu. Pod względem finansowym poprawiła swoje przychody o prawie 11 mln zł do poziomu 35 mln zł, co pozwoliło jej awansować w pozycji rankingu przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasy.

Wysokie przychody ogółem zostały osiągnięte dzięki wzrostowi o 7,8 mln zł przychodów z podstawowej działalności i o 3,2 mln zł przychodów transferowych. Wypracowano solidny wzrost we wszystkich z 3 kategorii przychodów: komercyjne zwiększono o 2,3 mln zł, scentralizowane prawa marketingowe i mediowe o 4,7 mln, z kolei przycho-

dy z dnia meczowego – o 0,8 mln zł. Pozytywnym zjawiskiem była rosnąca średnia frekwencja na Stadionie Miejskim w Mielcu. W sezonie 2023/24 na mecze Stali przychodziło 5570 kibiców, a więc o 718 więcej niż w roku poprzednim. Przeciętne zapętnienie stadionu wyniosło 82%.

JACEK KLIMEK, PREZES ZARZĄDU

Ostatni rok był finansowo stabilny dla klubu, bez nieprzewidzianych wydatków, a transfery pozwoliły na utworzenie rezerwy 6 mln zł. Wyzwania na przyszłość to finalizacja umowy z Gminą Tuszów, skuteczne działania marketingowe oraz znalezienie sponsora strategicznego po stracie PGE i PZU.

PRZYCHODY OGÓŁEM

35,01



PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

27,28



PRZYCHODY TRANSFEROWE

7,73



KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

41%



ŚREDNIA FREKWENCJA

5 770



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

750



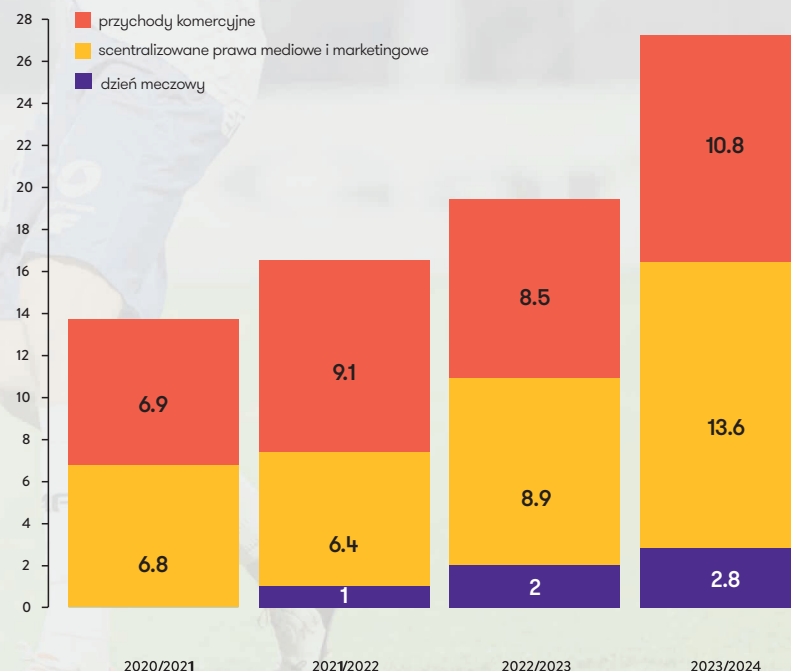
NAJWIĘCEJ SAID HAMULIC

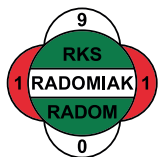
LICZBA KIBICÓW W BAZIE

13 475



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





15. POZYCJA W TABELI

Radomiak Radom

Radomiak Radom z przychodami sięgającymi 34,2 mln zł zajął 12. miejsce wśród klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa, co dało mu awans o jedną pozycję względem poprzedniego sezonu. Poprawa sytuacji finansowej nie znalazła jednak odzwierciedlenia w wynikach sportowych. Radomiak zakończył sezon 2023/24 na 15. pozycji, a więc o 5 niższej niż w sezonie 2022/23.

Przychody z działalności podstawowej wzrosły rok do roku o 6,4 mln zł, na co złożyło się zwiększenie przychodów z dnia meczowego (odpowiadające za 47% wzrostu) oraz przychody komercyjne (44% wzrostu). Skok przychodów z dnia meczowego to głównie skutek oddania do użytkowania nowego stadionu, który zastąpił stary obiekt przy ulicy Narutowicza. Nowy obiekt przy ulicy Struga

63 ma niemal dwa razy większą pojemność (ok. 9 tysięcy miejsc), a średnia frekwencja w sezonie wzrosła ponad dwukrotnie. Na stadionie powstały również loże VIP. Ponadto w planach jest dalsza rozbudowa stadionu do 2026 roku – zostaną wybudowane trybuny za bramkami a stadion pomieści ok. 15 tysięcy osób.

JUSTYNA SAPÓR, DYREKTOR FINANSOWY

Dużym wyzwaniem dla Klubu było przejęcie nowego stadionu i organizacja meczów domowych, ponieważ sprzedaż biletów oraz karnetów na imprezy dotychczas zajmował się MOSiR w Radomiu. Dodatkowym elementem sprzedażowym stały się loże, których nie było w poprzednim stadionie. Było to duże wyzwanie dla działu marketingu.

PRZYCHODY OGÓŁEM

34,2



PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

27,38



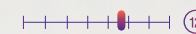
PRZYCHODY TRANSFEROWE

6,82



KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

68%



ŚREDNIA FREKWENCJA

7 739



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

2 038



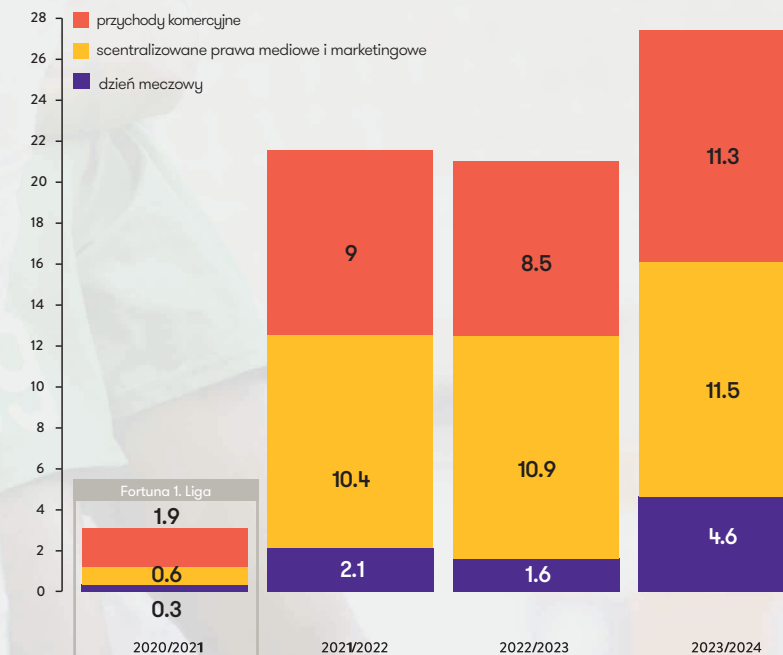
NAJWIĘCEJ PERSONALIZACJA WŁASNA

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

136 400



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





18. POZYCJA W TABELI

ŁKS ŁÓDŹ

Awans ŁKS-u Łódź do PKO Bank Polski Ekstraklasa przyniósł klubowi znaczące korzyści finansowe. Budżet z działalności podstawowej wzrósł z 13 mln zł do 27,3 mln zł. Największy wzrost dotyczy przychodów z transmisji, które skoczyły z 800 tys. zł do 7,8 mln zł, co jest wynikiem wyższej wartości praw telewizyjnych w Ekstraklasie. Ponadto, nagrody od PZPN oraz wpływy z programu Pro Junior System wzrosły z 400 tys. zł do ponad 4 mln zł. Sumaryczne osiągnięte przychody w kwocie 31,6 mln zł pozwoliły klubowi z Łodzi na zajęcie 13. miejsca w rankingu przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa.

Przychody z dnia meczowego również znacząco wzrosły, z 3,1 mln zł do 6 mln zł, co odzwierciedla rosnące zainteresowanie kibiców meczami swojej drużyny oraz wyższe wpływy z biletów i usług okołomeczowych w wyższej klasie rozgrywkowej. Dodatkowo, większe zainteresowanie sponsorów

i lepsza ekspozycja medialna zwiększyły wpływy z tytułu umów sponsorskich i reklam – z 2,17 mln zł do 4,7 mln zł. Pozostałymi wpływami komercyjnymi były wpływy od samorządu terytorialnego oraz sprzedaż koszulek i innych gadżetów.

JAROSŁAW OLSZOWY, PREZES ZARZĄDU

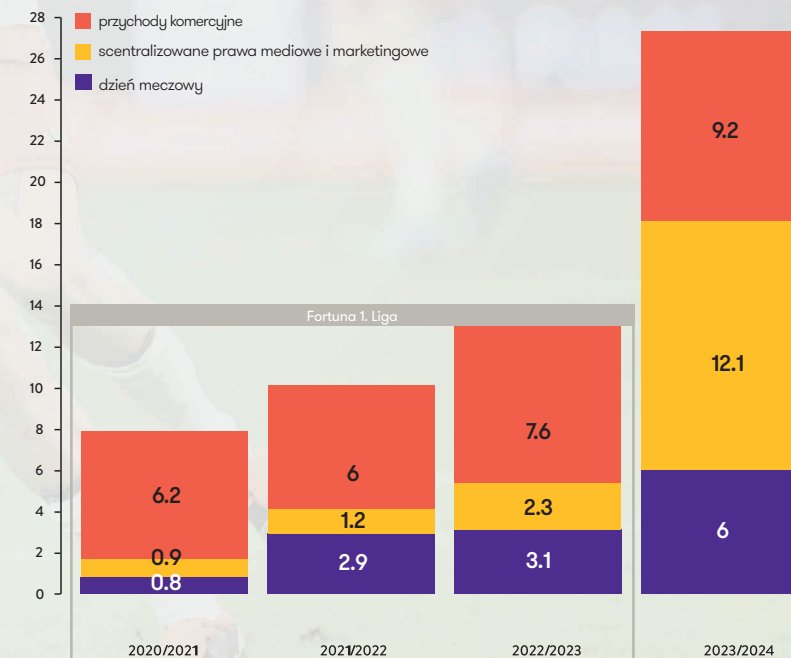
Klub zrealizował swoje cele finansowe w odniesieniu zarówno do budżetu, jak i wobec planu długoterminowego rozwoju. Klub zachowuje bezpieczeństwo finansowe, mimo braku środków z PKO Bank Polski Ekstraklasa, utrzymując skutecznie rygor przychodowo-kosztowy, co przekłada się na wysoką wiarygodność wobec kontrahentów. W trakcie sezonu klub pozyskał nowe, niezwykle ważne i istotne dla działania klubu źródła finansowania, zarówno w odniesieniu do partnerów/sponsorów, jak również w architekturze akcjonariatu. Celem na ten sezon jest kontynuacja rozwoju źródeł przychodowych i ich ścisła i bezpośrednia korelacja z kosztami funkcjonowania klubu.

PRZYCHODY OGÓŁEM	31,63	POZYCJA W ŁÓDŹ 13
PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ	27,27	15
PRZYCHODY TRANSFEROWE	4,36	11
KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH	65%	11
ŚREDNIA FREKWENCJA	9 708	10
LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK	2 700	11

NAJWIĘCEJ PIRULO

LICZBA KIBICÓW W BAZIE	157 000	6
------------------------	---------	---

STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





17. POZYCJA W TABELI

Ruch Chorzów

Ruch po 6 latach nieobecności powrócił do PKO Bank Polski Ekstraklasa i zajął od razu 14. miejsce w rankingu przychodów ogółem (z wynikiem 31,6 mln zł). Nie przełożyło się to jednak na wynik sportowy, gdyż klub z Chorzowa zakończył zmagania na 17. miejscu i ponownie opuścił ligę.

Przychody z działalności podstawowej „Niebieskich” zwiększyły się w relacji do okresu ubiegłego o 15 mln zł (o 99%) i wyniosły 30,3 mln zł. Analogicznie do zeszłego roku najistotniejszą kategorią przychodową były wpływy komercyjne, które stanowiły 43% przychodów klubu. Zwiększyły się one o 5 mln zł, tj. o 62%. Przychody z tytułu scentralizowanych praw mediowych i marketingowych zanotowały wzrost o 8,7 mln zł, tj. o 548%, co było spowodowane awansem do PKO Bank Polski Ekstraklasa.

Podniesienie poziomu sportowego oraz wzrost atrakcyjności rozgrywek ligowych znacząco wpłynęły na zwiększenie przycho-

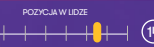
dów z dnia meczowego, które wzrosły o 22% (do 6,8 mln zł). Fundamentalnym czynnikiem tego wzrostu była znacząca poprawa frekwencji, która wzrosła o 161%, co przełożyło się na średnią liczbę 18 480 widzów na meczu (4. miejsce w lidze). Warto podkreślić, że Ruch dopiero od 13. kolejki rozgrywał swoje mecze na Stadionie Śląskim, a wcześniej występował na Stadionie Miejskim w Gliwicach. Należy też dodać, że spotkanie Ruchu Chorzów z Widzewem Łódź z widownią przekraczającą 50 tysięcy widzów ustanowiło frekwencyjny rekord w XXI wieku.

ADAM KRAWIEC, PROKURENT, DYREKTOR DS. FINANSOWYCH

Sytuacja finansowa Klubu jest unormowana. Koszty Klubu wzrosły o ponad 100%, głównie ze względu na wzrost wynagrodzeń piłkarzy i trenerów oraz ze względu na konieczność wynajmowania zastępczych Stadionów (Gliwice oraz Stadion Śląski). Koszty związane z dniem meczowym znacząco wzrosły, lecz zwiększone przychody z biletów oraz sprzedanych gadżetów pozwalają te koszty rekompensować. Natomiast wzrost kosztów I Drużyny został pokryty z dodatkowych przychodów z Ekstraklasa.

PRZYCHODY OGÓŁEM

31,61



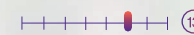
PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

30,26



PRZYCHODY TRANSFEROWE

1,34



KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

47%



ŚREDNIA FREKWENCJA

18 480



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

3 819



NAJWIĘCEJ DANIEL SZCZEPAN

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

105 770



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





10. POZYCJA W TABELI

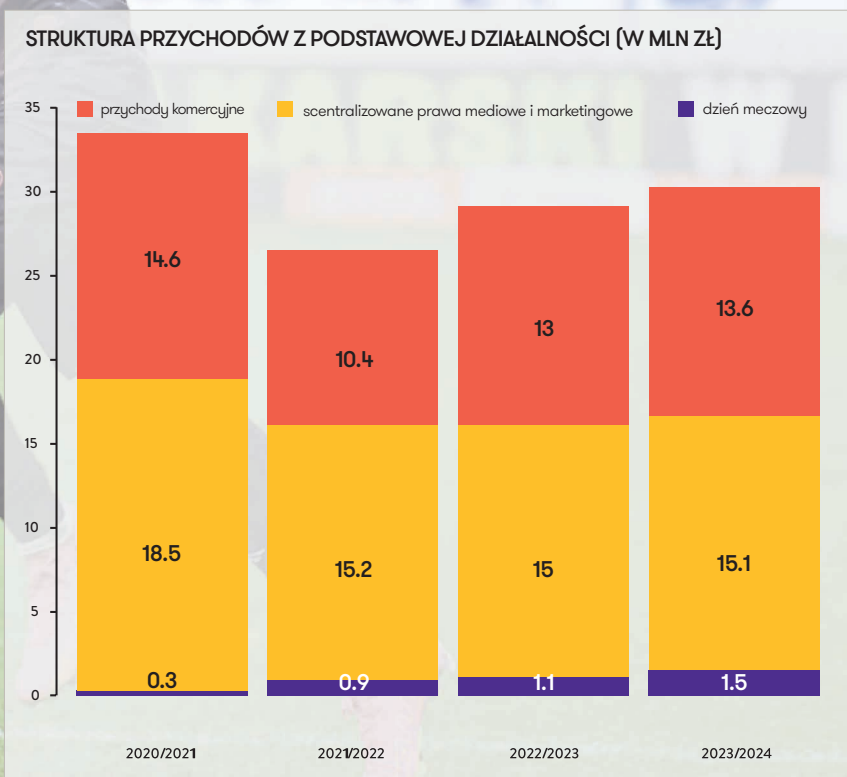
Piast Gliwice

Piast Gliwice zwiększył swoje całkowite przychody o prawie 1 mln zł, do kwoty 30,3 mln zł. Jednak mimo to klub obniżył swoją pozycję o 3 miejsca w rankingu przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa – na miejsce 15. Większy spadek klub z Gliwic zanotował w rywalizacji sportowej, w której zajął 10. miejsce, o 5 pozycji gorzej niż w sezonie 2023/24.

Przychody z dnia meczowego wzrosły o 400 tys. zł, transmisyjne o 100 tys. zł, a komercyjne – o 600 tys. zł. Budżet klubu opiera się głównie na wpływach komercyjnych oraz scentralizowanych prawach

mediowych i marketingowych. Na przychody komercyjne składają się środki samorządowe od Miasta Gliwice (6,7 mln zł) oraz wpływy od sponsorów (3,9 mln zł).

PRZYCHODY OGÓŁEM	30,33	POZYCJA W LIDZE 15
PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ	30,24	12
PRZYCHODY TRANSFEROWE	0,09	18
KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH	81%	16
ŚREDNIA FREKWENCJA	5 090	16
LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK	900	14
NAJWIĘCEJ JAKUB CZERWIŃSKI		
LICZBA KIBICÓW W BAZIE	17 140	17





14. POZYCJA W TABELI

Korona Kielce

Korona Kielce zajęła w ubiegłym sezonie 14. miejsce w tabeli PKO Bank Polski Ekstraklasy, zapewniając sobie ostatecznie pozostanie w najwyższej klasie rozgrywkowej. W rankingu przychodów ogółem „Scyzoryki” powtórzyły wynik sprzed roku i zostały sklasyfikowane na 16. pozycji, osiągając 26,5 mln zł wpływów.

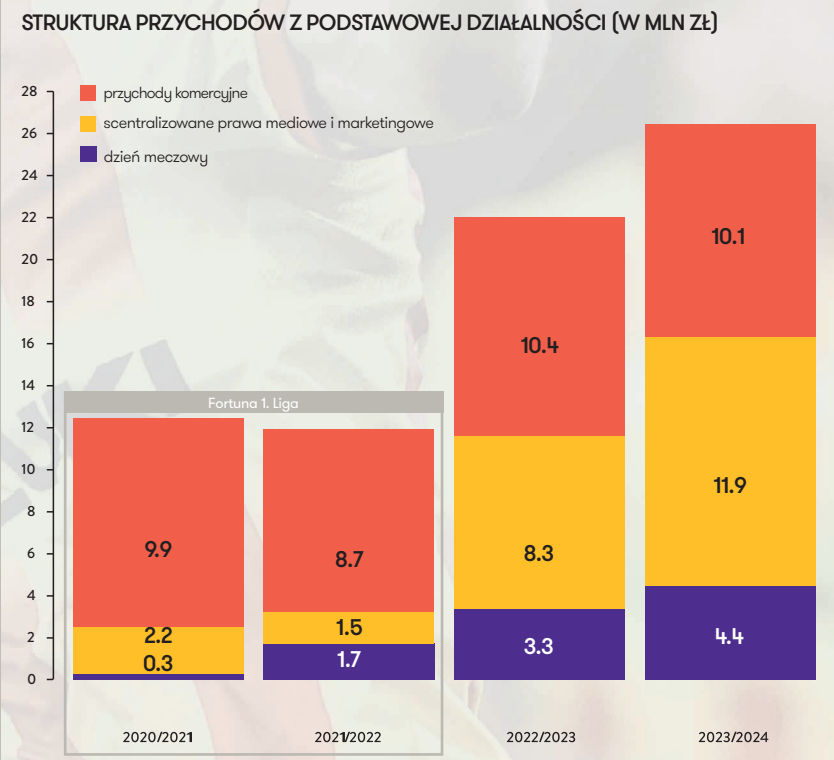
W stosunku do sezonu 2022/23 Korona zanotowała wzrost przychodów o 4,4 mln zł. Główną przyczynę tego pozytywnego trendu należy upatrywać we zwiększeniu przychodów ze scentralizowanych praw mediowych

i marketingowych – klub z Kielc osiągnął w tej kategorii wzrost o 43%, tj. 3,6 mln zł. Pozostanie w PKO Bank Polski Ekstraklasie na kolejny sezon niewątpliwie będzie miało pozytywny wpływ na przychody klubu.

KAROL JAKUBCZYK, PO PREZESA ZARZĄDU

Ze względu na krótki okres pełnienia stanowiska prezesa, trudno ocenić całokształt sytuacji finansowej w minionym sezonie. Dokonując jednak wstępnej analizy uważam, że jest ona stabilna. Jeśli chodzi o nasze plany, to przede wszystkim chcielibyśmy utrzymać budżet klubu na podobnym poziomie do zeszłorocznego oraz zwiększyć dochody ze sprzedaży gadżetów oraz biletów, pozyskać jak największą liczbę sponsorów zewnętrznych, co pozwoli nam zachować płynność finansową.

PRZYCHODY OGÓŁEM	26,55	POZYCJA W LIDZE 16
PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ	26,32	16
PRZYCHODY TRANSFEROWE	0,22	17
KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH	76%	14
ŚREDNIA FREKWENCJA	10 720	9
LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK	2 842	10
NAJWIĘCEJ MARTIN REMACLE		
LICZBA KIBICÓW W BAZIE	88 320	12





16. POZYCJA W TABELI

Warta Poznań

Warta Poznań w sezonie 2023/24 zwiększyła przychody ogółem o 14%, tj. 2,7 mln zł (do 22,6 mln zł). Nie uchroniło jej to jednak przed spadkiem do niższej ligi. To tym bardziej zaskakujące, że w poprzednich 3 latach sytuacja finansowa klubu była gorsza, a nie przeszkadzało mu to uzyskiwać relatywnie dobrych wyników sportowych.

„Zieloni” zanotowali wzrosty we wszystkich kategoriach podstawowej działalności, tj. o 17% przychodów komercyjnych, 9% scentralizowanych praw marketingowych i mediowych oraz aż o 83% wzrostu przychodów z dnia meczowego. Wynikało to

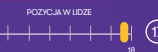
z wyższej o 36% średniej frekwencji, osiągniętej pomimo ograniczeń infrastrukturalnych „Warciaarzy” (którzy rozgrywali większość spotkań poza swoim miastem, tzn. w Grodzisku Wielkopolskim).

MACIEJ WOJDYŁO, CZŁONEK ZARZĄDU

Obecność klubu na poziomie PKO Bank Polski Ekstraklasy pozwoliła na zwiększenie przychodów komercyjnych, zarówno z tytułu umów sponsorskich oraz reklamy, jak i osiągniętych z organizacji dnia meczowego. Dużym wyzwaniem biznesowym w zakończonym sezonie była maksymalizacja sprzedaży dostępnych powierzchni reklamowych w obszarze pierwszego zespołu oraz pozostałych sekcji w klubie. Ten cel został w znacznym stopniu zrealizowany. Oczekiwaniem na kolejny sezon jest utrzymanie właściwej relacji poziomu generowanych kosztów prowadzenia działalności sportowej do osiągniętych przychodów, tak aby w optymalny sposób zapewnić płynność finansową na przestrzeni całego sezonu rozgrywek ligowych.

PRZYCHODY OGÓŁEM

22,57



PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

21,57



PRZYCHODY TRANSFEROWE

1,00



KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

57%



ŚREDNIA FREKWENCJA

3 791



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

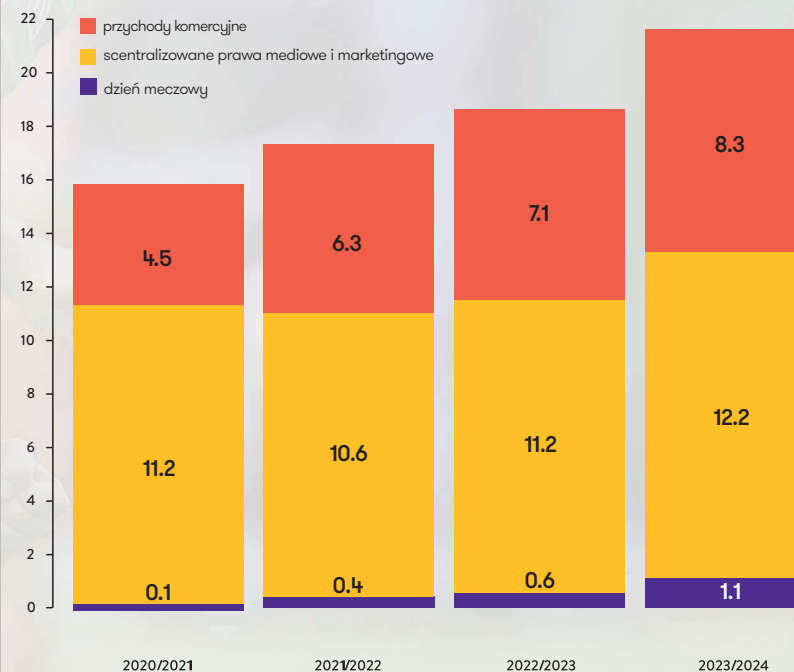
BRAK DANYCH

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

43 070



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)





12. POZYCJA W TABELI

Puszcza Niepołomice

Puszcza w swoim pierwszym sezonie w PKO Bank Polski Ekstraklasie nieźle poradziła sobie pod względem sportowym, zdobywając 12. miejsce w lidze. Klub z Niepołomic wypracował też skokowy wzrost przychodów (o 193%) do poziomu 15,5 mln zł. Przychody te były jednak i tak najniższe ze wszystkich klubów ligi.

Wraz z awansem do PKO Bank Polski Ekstraklasa nastąpiła również zmiana w strukturze wpływów. Najistotniejszą pozycją stały się przychody z tytułu scentralizowanych praw mediowych i marketingowych, które wzrosły z 1,5 mln zł do 11,7 mln zł. Wzrost o 678% spowodował zwiększenie udziału tej kategorii w sumie przychodów z podstawowej działalności do 80%. Zmalały natomiast wpływy komercyjne – o 0,4 mln zł, tj. 16%. Awans do Ekstraklasa (oraz możliwość rozgrywania

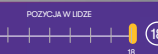
meczów domowych z najlepszymi klubami w Polsce) spowodował natomiast silny wzrost przychodów z tytułu dnia meczowego. Wyniosły one 0,6 mln zł, o 117% więcej niż rok wcześniej. Warto podkreślić, że Puszcza swoje mecze domowe w sezonie 2023/24 rozgrywała na stadionie Cracovii, który jest oddalony od Niepołomic o 30 km. Mimo tego średnia frekwencja na meczach „domowych” wzrosła o 131%, czyli średnio 2739 kibiców.

MAREK BARTOSZEK, PROKURENT

Gdyby nie konieczność gry na obiekcie zastępczym i wynajem komercyjnego stadionu, koszty funkcjonowania spółki zbilansowałyby się z przychodami oraz zgodnymi z uchwałą budżetową środkami przekazanymi od właściciela, Gminy Niepołomice, na prowadzenie spółki (poprzez wykup akcji).

PRZYCHODY OGÓŁEM

15,53



PRZYCHODY Z DZIAŁ. PODSTAWOWEJ

15,08



PRZYCHODY TRANSFEROWE

0,45



KOSZT WYNAGRODZEŃ W PRZYCHODACH

116%



ŚREDNIA FREKWENCJA

2 793



LICZBA SPRZEDANYCH KOSZULEK

870



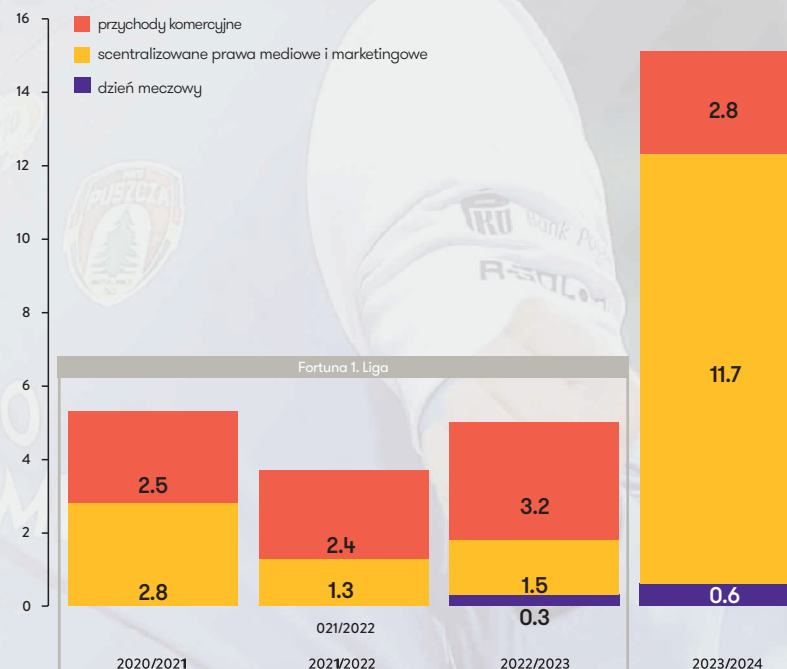
NAJWIĘCEJ OLIWIER ZYCH

LICZBA KIBICÓW W BAZIE

26 757



STRUKTURA PRZYCHODÓW Z PODSTAWOWEJ DZIAŁALNOŚCI (W MLN ZŁ)



Grupa liderów w rankingu przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa pozostaje bez zmian, z widoczną tendencją do powiększania swoich obrotów w stosunku do reszty stawki. Wzrost przychodów klubów PKO Bank Polski Ekstraklasa z sezonu 2022/23 na sezon 2023/2024 wyniósł około 247 mln, z czego 60% procent przypadło pierwszej czwórce. Rosnące przychody powiększają grono klubów, które przekraczają granicę 100 mln zł, obecnie mogą się tym pochwalić trzy, natomiast kolejny jest blisko pokonania tej bariery. Po szczegółowej analizie przychodów wg segmentów można wnioskować, że warunkiem dołączenia do tego elitarnego grona w długim okresie są dobre występy w europejskich pucharach. Z drugiej strony da się zaobserwować, że dzięki względnie małym różnicom pomiędzy pozostałymi zespołami, drużyny wchodzące do ligi nieraz nie odczuwają przepaści finansowej i przy dobrej organizacji i zarządzaniu są w stanie nawiązać równorzędną rywalizację na poziomie sportowym.

Łukasz Słyż
Menedżer
Grant Thornton
Audyt



Pomimo trzech sezonów bez mistrzostwa, przewaga finansowa Legii Warszawa jest bardzo duża. Istotnym czynnikiem była gra w europejskich pucharach, która oprócz bezpośrednich efektów, jak zwiększenie środków z praw marketingowych oraz z dnia meczowego, pomogła w promocji zawodników. Rakowowi Częstochowa nie udało się wyprzedzić Lecha Poznań pomimo awansu do fazy grupowej europejskich pucharów. Przewaga komercyjna i kibicowska klubu z Wielkopolski jest wciąż bardzo duża.

Jagiellonia Białystok pomimo zdobycia mistrzostwa Polski nie poprawiła swojej lokaty w zestawieniu, ale warto zauważyć, że jej przychody wzrosły o 15 mln zł. Dwukrotnie większą różnicę wykazał wicemistrz Polski – Śląsk Wrocław. W przypadku wrocławian ogromne znaczenie miały przychody z dnia meczowego, które zostały potrójone względem poprzednich rozgrywek.

Jakub Szlendak
Analityk finansowy, współpracownik goal.pl
X: @KubaSzendak



Podsumowanie

Kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa osiągnęły w minionym sezonie rekordowe 1,17 mld zł przychodów. Na pierwsze miejsce powróciła Legia Warszawa z przychodami z podstawowej działalności na poziomie 188,02 mln zł. Legia osiągnęła imponujące zwiększenie przychodów w ramach każdej z kategorii, a najistotniejsze zwwyżki zanotowała w ramach scentralizowanych praw mediowych i marketingowych oraz w dniu meczowym (co jest efektem dobrej gry w Lidze Konferencji UEFA).

Drugie miejsce, zależnie od ujęcia przychodów z podstawowej działalności czy też przychodów ogółem, zajęły wymiennie Raków Częstochowa oraz Lech Poznań. Oba kluby odnotowały przychody ogółem powyżej 100 mln zł, jednakże biorąc pod uwagę wyłącznie podstawową działalność, tylko Raków Częstochowa dołączył do grona klubów przekraczających granicę 100 mln przychodu. Przychody transferowe pozwoliły jednak Lechowi na wyprzedzenie Rakowa w rankingu ogólnym. Warty uwagi jest fakt, iż Raków Częstochowa wygenerował aż 62 mln zł z tytułu płatności z UEFA, co stanowi ponad 57% przychodów z podstawowej działalności klubu.

W analizowanym sezonie kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa wypracowały łącznie przychody w wysokości 961 mln zł (bez uwzględnienia przychodów transferowych), ustanawiając w ten sposób kolejny rekord. Wzrost przychodów uzyskały we wszystkich grupach, lecz największe zmiany osiągnięto głównie w dwóch segmentach działalności: przychody z dnia meczowego wzrosły o 47 mln zł do poziomu 184 mln zł, scentralizowane prawa mediowe i marketingowe osiągnęły wartość 408 mln zł, co oznacza wzrost o 98 mln zł względem poprzedniego sezonu.

Kluby PKO Bank Polski Ekstraklasa z transferów zarobiły łącznie 207 mln zł, z czego 185 mln zł uzyskały z transferów zagranicznych. Wpływy te w sezonie 2023/24 stanowiły znaczny element budżetu klubów. Z perspektywy poziomu generowanych przychodów można zauważyć, że z roku na rok znaczne kwoty uzyskiwane z transferów przez polskie kluby są coraz bardziej powtarzalne. Największe przychody z transferów uzyskała Legia Warszawa – 79,01 mln zł, głównie dzięki sprzedaży trzech zawodników – Ernesta Muciego, Maika Nawrockiego oraz Bartosza Ślisza. Dzięki znaczącym wpływom z transferów Legia uzyskała również imponujący bilans transferowy wynoszący 70,76 mln zł.



Zapraszamy do kontaktu

Marcin Diakonowicz

Partner
Audyt
T +48 602 239 777
E marcin.diakonowicz@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

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

Autorzy:

Marcin Animucki
Krzysztof Bauza
Marcin Diakonowicz
Norbert Dziubak
Piotr Kandefer
Jacek Kowalczyk
Szymon Laszewicz
Tomasz Ładziński
Joanna Milewska
Tomasz Mleczak
Dominik Mucha
Barłomiej Pałka
Natalia Pietrzyk
Łukasz Słyż
Paweł Sobel
Michał Stróżak
Kinga Szkutnik
Jakub Szlendak

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.