

RUCH CHORZÓW

SPÓŁKA AKCYJNA

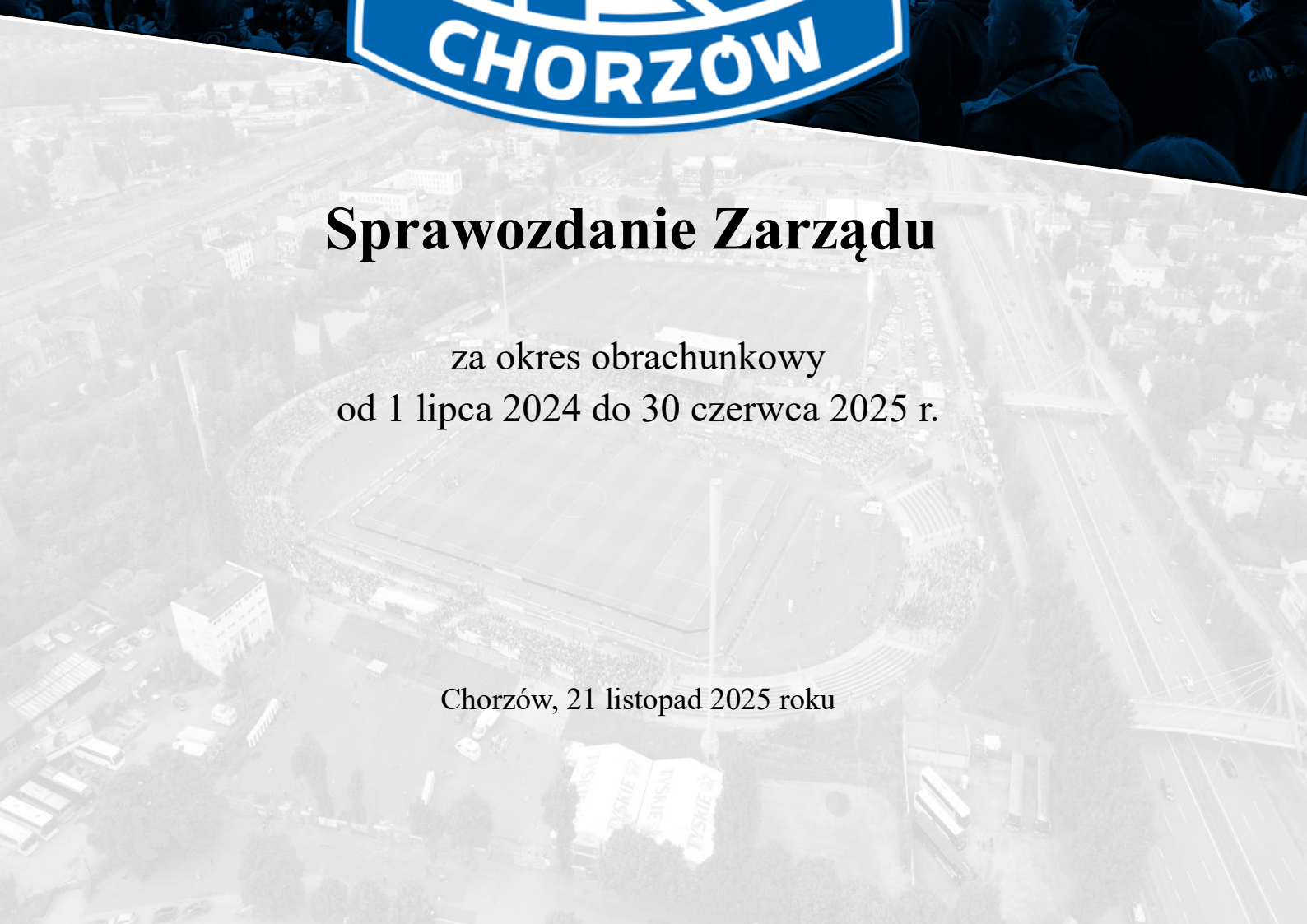
z siedzibą w Chorzowie
przy ul. Cichej 6



Sprawozdanie Zarządu

za okres obrachunkowy
od 1 lipca 2024 do 30 czerwca 2025 r.

Chorzów, 21 listopad 2025 roku



1. Sprawozdanie Zarządu z działalności.

1.1. Informacje ogólne

Pełna nazwa (firma):	„RUCH” Chorzów Spółka Akcyjna z/s w Chorzowie
Forma prawna:	Spółka Akcyjna
Kraj:	Polska
Przepisy prawa, zgodnie z którymi działa Spółka:	Ustawa z dnia 15 września 2000 r.
Siedziba	Kodeks S spółek Handlowych (Dz.U.nr 94, poz.1037 z późn. zm), Statut Spółki, inne przepisy dot. spółek prawa handlowego
Adres:	Chorzów, ul. Cicha 6
Telefon:	+ 48 664-143-422
Numer KRS:	0000224997
Numer identyfikacji podatkowej NIP:	627-25-24-625
Numer REGON:	278335653
Adres poczty elektronicznej:	ruch@ksruch.com
Adres strony internetowej:	www.ksruch.com

1.2. Przedmiot działalności

- a) Działalność sportowa, rozrywkowa i rekreacyjna – PKD 93,
- b) Handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi – PKD 46,
- c) Handel detaliczny, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi – PKD 47,
- d) Zakwaterowanie – PKD 55,
- e) Działalność usługowa związana z wyżywieniem – PKD 56,
- f) Działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane – PKD 79,
- g) Magazynowanie i działalność usługowa wspomagająca transport – PKD 52,
- h) Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości – PKD 68,
- i) Działalność firm centralnych (Head offices); doradztwo związane z zarządzaniem – PKD 70,
- j) Działalność wydawnicza – PKD 58,
- k) Reklama, badanie rynku i opinii publicznej – PKD 73,
- l) Działalność wspomagająca edukację – PKD 85.60.Z,
- m) Pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna – PKD 74.

1.3. Zasady statutowe dotyczące powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz sposobu reprezentacji Spółki

W skład Zarządu wchodzi od 1 (jednego) do 5 (pięciu) Członków, przy czym przy Zarządzie dwuosobowym w skład Zarządu wchodzi Prezes i Wiceprezes Zarządu, a przy Zarządzie składającym się z trzech i więcej osób, w jego skład wchodzi Prezes, dwóch Wiceprezesów Zarządu oraz pozostali członkowie Zarządu. Członków zarządu powołuje się na okres wspólnej kadencji, mandat Członka Zarządu powołanego przed upływem danej kadencji Zarządu wygasa równocześnie z wygaśnięciem mandatów pozostałych Członków Zarządu. Kadencja Zarządu trwa dwa lata. W przypadku Zarządu jednoosobowego prawo reprezentacji ma Prezes Zarządu. W przypadku Zarządu wieloosobowego

prawo reprezentacji ma łącznie Prezes Zarządu lub Wiceprezes Zarządu wraz z Wiceprezesem Zarządu lub Członkiem Zarządu. Do kompetencji Zarządu należą sprawy przewidziane Kodeksem Spółek Handlowych oraz Statutem Spółki.

1.4. Kapitał zakładowy, liczba i rodzaj akcji tworzących kapitał zakładowy Spółki

Seria akcji	KAPITAŁ ZAKŁADOWY NA 30.06.2025		
	Ilość wyemitowanych akcji (szt.)	Wartość nominalna (zł)	Udział procentowy
A	500 000	500 000 zł	0,62%
B	375 000	375 000 zł	0,46%
C	932 000	932 000 zł	1,15%
D	1 500 000	1 500 000 zł	1,86%
E	1 000 000	1 000 000 zł	1,24%
F	3 000 000	3 000 000 zł	3,72%
G	1 712 500	1 712 500 zł	2,12%
H	1 064 516	1 064 516 zł	1,32%
I	1 415 693	1 415 693 zł	1,75%
J	2 500 000	2 500 000 zł	3,10%
K	2 500 000	2 500 000 zł	3,10%
L	290 992	290 992 zł	0,36%
M	769 230	769 230 zł	0,95%
N	1 116 764	1 116 764 zł	1,38%
O	2 000 000	2 000 000 zł	2,48%
P	1 000 000	1 000 000 zł	1,24%
R	3 500 000	3 500 000 zł	4,33%
S	2 700 000	2 700 000 zł	3,34%
T	2 000 000	2 000 000 zł	2,48%
U	1 000 000	1 000 000 zł	1,24%
W	2 000 000	2 000 000 zł	2,48%
X	21 854 094	21 854 094 zł	27,07%
Y	5 325 338	5 325 338 zł	6,60%
Z	900 000	900 000 zł	1,11%
AA	900 000	900 000 zł	1,11%
AB	2 995 447	2 995 447 zł	3,71%
AC	2 869 467	2 869 467 zł	3,55%
AD	1 600 000	1 600 000 zł	1,98%
AE	1 853 500	1 853 500 zł	2,30%
AF	3 800 000	3 800 000 zł	4,71%
AG	5 766 972	5 766 972 zł	7,14%
RAZEM	80 741 513	80 741 513	100%

Liczba głosów wynikająca ze wszystkich wyemitowanych akcji wynosiła na dzień 30.06.2025 roku 80.741.513,00 zł.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania kapitał zakładowy Spółki wynosi 80.741.513,00 zł.

Posiadacze papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Spółki

Spółka nie emitowała papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do niej.

Ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Spółki oraz ograniczenia w zakresie wykonywania prawa głosu przypadających na akcje Spółki

Powyższe ograniczenia nie występują.

1.5. Zatrudnienie i sytuacja kadrowa

Struktura zatrudnienia

Przeciętne zatrudnienie za okres od 01.07.2024 roku do dnia 30.06.2025 roku w przeliczeniu na etaty wyniosło 19,49. Na dzień 30.06.2025 roku w Spółce było zatrudnionych 20 osób, w tym 1 osoba na 7/8 etatu. W okresie od 01.07.2024 r. do 30.06.2025 r. zatrudniono 4 pracowników, a rozwiązano umowy z 3 pracownikami.

1.6. Udziały własne

Spółka nie nabywała, nie posiada oraz nie zbywała w okresie sprawozdawczym udziałów własnych.

1.7. Posiadane przez jednostkę oddziały (zakłady)

Spółka nie posiada oddziałów (zakładów).

1.8. Cele i metody zarządzania ryzykiem m.in. finansowym, w tym związane z instrumentami finansowymi

Zarządzanie finansami w Spółce utrzymywane jest na satysfakcjonującym poziomie. Priorytetem jest zapewnienie płynności finansowej, co umożliwia dalszy rozwój przedsiębiorstwa. Cel ten realizowany jest poprzez:

- **Efektywną organizację i monitorowanie przepływu informacji wewnętrznej**, co pozwala na bieżącą kontrolę realizowanych operacji finansowych, identyfikację potencjalnych zagrożeń i nieprawidłowości wymagających reakcji oraz ocenę aktualnej kondycji finansowej firmy.
- **Regularne raportowanie Zarządu na temat sytuacji finansowej Spółki**, uwzględniające prognozy oraz ich konsekwencje dla przyszłych działań biznesowych.
- **Zapewnienie dostępu do zewnętrznych źródeł finansowania w razie potrzeby**, takich jak kredyty, pożyczki czy dopłaty do kapitału, przy jednoczesnym ograniczaniu kosztów finansowych i utrzymaniu właściwej płynności.

- **Proponowanie wierzycielom konwersji zobowiązań na akcje nowej emisji**, jako formy restrukturyzacji zadłużenia i wzmocnienia kapitału własnego Spółki.

1.9. Działalność Spółki od 01.07.2024 r. dnia 30.06.2025 r.

W roku obrotowym 2024/2025 wystąpiły następujące istotne zdarzenia, mające wpływ na sytuację majątkową, finansową oraz perspektywy rozwoju Spółki:

1. Nowa umowa sponsorska z STS S.A.

Spółka zawarła istotną umowę sponsorską z STS S.A. z siedzibą w Katowicach. Na jej podstawie Sponsor zapewnia Spółce wsparcie finansowe w zamian za przyznanie praw i korzyści marketingowych w okresie obowiązywania umowy. Wynagrodzenie z tytułu umowy jest uzależnione od zakresu świadczeń realizowanych przez Spółkę oraz od wyników sportowych pierwszej drużyny. Umowa została uznana za istotną ze względu na poziom planowanych przychodów oraz pozytywny wpływ na stabilność i rozwój działalności operacyjnej.

2. Rozszerzenie i kontynuacja współpracy z PTS ALBA Sp. z o.o.

W raportowanym okresie zawarto oraz następnie przedłużono istotną umowę sponsorską z PTS ALBA Sp. z o.o. z siedzibą w Chorzowie.

- W pierwszym etapie umowa obejmowała wsparcie finansowe Spółki do końca sezonu ligowego 2024/2025 (nie dłużej niż do 30 czerwca 2025 r.), stanowiąc rozwinięcie dotychczasowej wieloletniej współpracy.
- Następnie, w dniu 4 czerwca 2025 r., podpisano kolejną umowę, na mocy której Sponsor utrzymał wsparcie finansowe do końca rundy jesiennej sezonu 2025/2026, nie dłużej niż do 31 grudnia 2025 r.

Obie umowy mają istotne znaczenie dla przychodów Spółki oraz potwierdzają strategiczny charakter współpracy z PTS ALBA.

3. Podwyższenie kapitału zakładowego – emisje akcji serii AF i AG

W okresie sprawozdawczym podjęto działania służące dalszej restrukturyzacji i wzmocnieniu struktury finansowania Spółki:

- Podjęto uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego poprzez emisję 3 800 000 akcji zwykłych na okaziciela serii AF w ramach kapitału docelowego, z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy. Akcje zostały zaoferowane Miastu Chorzów w drodze subskrypcji prywatnej po cenie emisyjnej 1,00 zł za akcję. Kapitał zakładowy podwyższono z kwoty 71 174 541,00 zł do 74 974 541,00 zł. Pokrycie akcji nastąpiło wkładem pieniężnym, pokrytym przed zarejestrowaniem w ¼ wysokości, z terminem pełnej wpłaty do końca 2024 r.
- Kolejne podwyższenie kapitału zakładowego nastąpiło w wyniku emisji akcji serii AG, związanej z zatwierdzeniem zmiany układu w postępowaniu restrukturyzacyjnym (sygn. X GReu 5/21).

W dniu 24 stycznia 2025 r. sąd rejestrowy dokonał rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z kwoty 71 174 541,00 zł do kwoty 80 741 513,00 zł, uwzględniającego emisję akcji serii AF oraz AG.

4. Rejestracja zmian statutu Spółki

W dniu 13 lutego 2025 r. sąd rejestrowy zarejestrował zmianę statutu Spółki, przyjętą uchwałą nr 20/12/2024 Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy z dnia 23 grudnia 2024 r. Zmiany te stanowiły element dostosowania dokumentów korporacyjnych Spółki do nowych rozwiązań kapitałowych.

5. Prawomocne zatwierdzenie zmiany układu w postępowaniu restrukturyzacyjnym

Sąd Okręgowy w Katowicach oddalił zażalenia wierzycieli na postanowienie Sądu Rejonowego Katowice–Wschód w Katowicach o zatwierdzeniu zmiany układu w postępowaniu restrukturyzacyjnym Spółki (sygn. akt X GReu 5/21), ogłoszonego w Monitorze Sądowym i Gospodarczym z dnia 4 kwietnia 2024 r. W konsekwencji postanowienie o zatwierdzeniu zmiany układu stało się prawomocne, co stanowi istotny krok w uporządkowaniu sytuacji zobowiązaniowej Spółki i dalszej poprawie jej stabilności finansowej.

6. Uгода z Górnik Zabrze S.A. w sprawie szkód na Stadionie Śląskim

Spółka zawarła ugodę z Górnik Zabrze S.A. dotyczącą pokrycia szkód wyrządzonych przez kibiców Górnika Zabrze podczas Wielkich Derbów Śląska w dniu 16 marca 2024 r. Zgodnie z zawartą ugodą, Górnik Zabrze zobowiązał się do zwrotu na rzecz Spółki wszelkich kosztów poniesionych lub jakie Spółka będzie zobowiązana ponieść w związku z likwidacją szkód na Stadionie Śląskim. Rozwiązanie to ograniczyło ryzyko finansowe po stronie Spółki w zakresie kosztów napraw.

7. Oddalenie powództwa GKS Piast Gliwice S.A. przez Piłkarski Sąd Polubowny przy PZPN

Piłkarski Sąd Polubowny przy PZPN oddalił w całości powództwo GKS Piast Gliwice S.A. przeciwko Ruch Chorzów S.A. o zapłatę kwoty 927 110,81 zł tytułem odszkodowania za zniszczenie band LED na Stadionie im. Wieczorka w Gliwicach. Sąd podzielił stanowisko Spółki, że powód nie poniósł rzeczywistej szkody, ponieważ nie był właścicielem zniszczonych band, a jedynie ich dzierżawcą. Orzeczenie to wyeliminowało istotne potencjalne ryzyko finansowe po stronie Spółki.

8. Zawarcie umowy z firmą audytorską

W dniu 25 czerwca 2025 r. Spółka zawarła ze Śląską Firmą Auditingu i Doradztwa „AUDIT” Sp. z o.o. umowę na przeprowadzenie badania sprawozdań finansowych za rok obrotowy kończący się 30 czerwca 2025 r. oraz za rok obrotowy kończący się 30 czerwca 2026 r. Wybór biegłego rewidenta został dokonany zgodnie z obowiązującymi przepisami oraz zasadami ładu korporacyjnego, zapewniając ciągłość i niezależność procesu badania sprawozdań finansowych.

1.10. Wynik finansowy Spółki za rok obrotowy 2024/2025

Strata netto wynosi: -8 016 961,33 PLN

Wskaźniki:	30.06.2025	30.06.2024	Komentarz
wskaźnik bieżącej płynności	0,89	0,92	Wskaźnik znajduje się w przedziale poniżej 1, co oznacza kłopoty z płynnością, tzn. z terminowym regulowaniem zobowiązań. Wskaźnik jest na zbliżonym poziomie do ubiegłego roku.
wskaźnik szybki płynności (Quick Ratio)	0,45	0,70	Wskaźnik znajduje się w przedziale poniżej 1, co oznacza, że pojawia się zagrożenie bieżącej zdolności firmy do terminowego regulowania zobowiązań.
wskaźnik rotacji należności	9,63	6,46	Wskaźnik ten wzrósł do poprzedniego okresu i aktualnie znajduje się w przedziale optymalnym (7-10). Oznacza to iż przedsiębiorstwo nie kredytuje swoich kontrahentów.
wskaźnik ogólnego zadłużenia	99%	106%	Wg standardów zachodnich wskaźnik ten powinien oscylować w przedziale 57-67%. Im wyższy jego poziom, tym wyższy poziom zadłużenia i wyższe ryzyko finansowe. Jego wysokość uzależniona jest od branży. Wskaźnik ten spadł ze 106% na 99% co wskazuje dążenia wskaźnika do poziomu optymalnego.

1.11. Finansowanie działalności bieżącej

a) pożyczki pieniężne udzielone na rzecz Spółki:

Saldo pozostających do zapłaty pożyczek i kredytów na dzień bilansowy wynosi 12 835 777,43 złotych.

b) przychody z działalności operacyjnej wyniosły 23 410 417,54 zł, w tym 3 852 409,89 zł z tytułu sprzedaży towarów i materiałów.

1.12. Realizacja zobowiązań względem Urzędu Skarbowego oraz Zakładu Ubezpieczeń Społecznych

Na dzień bilansowy 30.06.2025 r. Spółka posiadała zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób fizycznych, z tytułu podatku VAT oraz do ZUS w łącznej wysokości 1 027 701,54 zł.

1.13. Istotne ryzyka

1. Ryzyko nieosiągnięcia sukcesu sportowego

W sezonie 2024/2025 głównym celem Spółki był awans Ruchu Chorzów do Ekstraklasy. Niestety, cel ten nie został zrealizowany. Utrzymanie niesie za sobą wiele wyzwań i ryzyk na przyszłość, począwszy od 1 lipca 2025 roku:

- **Ryzyko braku powrotu do Ekstraklasy:** Rywalizacja w I Lidze jest wymagająca, a wiele klubów posiada odpowiednie budżety oraz doświadczenie, które mogą utrudnić osiągnięcie awansu. Brak powrotu do najwyższej klasy rozgrywkowej może skutkować dalszym zmniejszeniem zainteresowania ze strony sponsorów i kibiców oraz ograniczeniem wpływów finansowych.
- **Ryzyko pogorszenia morale w drużynie i wśród kibiców:** Brak awansu może negatywnie wpłynąć na motywację zawodników, sztabu szkoleniowego oraz fanów, co z kolei może przełożyć się na wyniki sportowe i frekwencję na stadionie.
- **Ryzyko zmniejszonego zainteresowania medialnego:** I Liga generuje mniejsze zainteresowanie ze strony mediów, co przekłada się na mniejsze dochody z praw telewizyjnych i reklam.

W odpowiedzi na te zagrożenia Zarząd wdraża strategię stabilizacji finansowej i sportowej. Główne działania obejmują utrzymanie konkurencyjnej drużyny, budowanie pozytywnego wizerunku klubu oraz aktywną współpracę z Miastem Chorzów i sponsorami.

2. Ryzyko wzrostu kosztów pracowniczych

Pomimo kolejnego sezonu gry w I Lidze, wynagrodzenia zawodników oraz koszty utrzymania struktur organizacyjnych wciąż stanowią istotne obciążenie budżetu klubu. Ryzyko związane ze wzrostem kosztów pracowniczych obejmuje:

- **Ryzyko konieczności renegotjacji kontraktów:** Część zawodników może oczekiwać podwyżek wynikających z kolejnych miesięcy gry w I Lidze lub liczby rozegranych minut, co może być trudne do pogodzenia z budżetem operacyjnym. W sytuacji braku awansu konieczne może być wprowadzanie dalszych korekt wynagrodzeń.
- **Ryzyko wzrostu kosztów administracyjnych i infrastrukturalnych:** Organizacja meczów oraz bieżące funkcjonowanie klubu nadal wymagają znacznych nakładów, a presja inflacyjna wpływa na koszty usług, mediów i obsługi technicznej.

Zarząd prowadzi analizy każdej umowy z osobna i dostosowuje strukturę wynagrodzeń do możliwości finansowych Spółki, jednocześnie poszukując oszczędności w obszarach administracyjnych bez wpływu na jakość funkcjonowania klubu.

3. Ryzyko utraty płynności finansowej

Brak awansu do Ekstraklasy w kolejnym sezonie oznacza utrzymanie niższych wpływów z praw telewizyjnych, sponsoringu i dnia meczowego w stosunku do potencjalnych przychodów na wyższym poziomie rozgrywkowym. Powoduje to nadal podwyższone ryzyko utraty płynności finansowej:

- **Ryzyko stagnacji frekwencji:** Gra w I Lidze, bez perspektywy natychmiastowego awansu, może z czasem wpływać na spadek zainteresowania kibiców i zmniejszenie sprzedaży biletów oraz karnetów.

- **Ryzyko renegocjacji umów sponsorskich:** W obliczu przedłużającej się obecności w I Lidze sponsorzy mogą oczekiwać lepszych warunków, większej ekspozycji lub dostosowań wartości umów do mniejszej liczby transmisji i mniejszej oglądalności.
- **Ryzyko ograniczonego zainteresowania inwestorów:** Kolejny sezon bez awansu może utrudniać pozyskiwanie nowych partnerów biznesowych, szczególnie tych oczekujących wysokiej ekspozycji medialnej.

Aby przeciwdziałać tym zagrożeniom, Spółka kontynuuje dywersyfikację przychodów poprzez rozwój oferty sklepu kibica, inicjatywy marketingowe, zwiększanie sprzedaży online oraz budowę relacji z lokalnymi przedsiębiorcami.

4. Ryzyko związane z miejscem odbywania rozgrywek

W kolejnym sezonie Spółka również nie przewiduje zmian w zakresie miejsca rozgrywania spotkań – mecze nadal odbywają się na Stadionie Śląskim. Wiąże się to jednak z niższym ryzykiem:

- **Zmniejszenia rentowności organizacji meczów:** Utrzymująca się na umiarkowanym poziomie frekwencja, charakterystyczna dla I Ligi, powoduje duże koszty jednostkowe przypadające na każdego kibica obecnego na stadionie o wysokiej pojemności.

5. Ryzyko związane z zachowaniem kibiców

Kibice pozostają jednym z najważniejszych aktywów klubu, jednak ich zaangażowanie może być trudniejsze do utrzymania podczas kolejnego sezonu gry w I Lidze. Ryzyka obejmują:

- **Ryzyko spadku frekwencji:** Brak awansu oraz powtarzające się sezony na zapleczu Ekstraklasy mogą prowadzić do znużenia kibiców i stopniowego obniżenia liczby widzów na stadionie.
- **Ryzyko incydentów i kar regulaminowych:** Niewłaściwe zachowania kibiców mogą nadal skutkować sankcjami finansowymi, ograniczeniami w organizacji meczów lub zamykaniem sektorów stadionu.

Zarząd kontynuuje współpracę ze środowiskiem kibicowskim oraz stowarzyszeniami, rozwijając działania edukacyjne promujące pozytywne kibicowanie, organizując inicjatywy rodzinne i aktywizując społeczność wokół klubu.



4.14. Wyniki I Drużyny Ruchu Chorzów

W sezonie 2024/2025 pierwszy zespół Ruchu Chorzów rywalizował w rozgrywkach Betclia 1 Ligi oraz Fortuna Pucharu Polski. Celem sportowym była stabilizacja pozycji Klubu na zapleczu Ekstraklasy oraz włączenie się do walki o miejsca barażowe, przy równoczesnej przebudowie kadry i dalszym rozwoju modelu gry opartego na wysokiej intensywności i zaangażowaniu młodych zawodników.

Przygotowania do nowego sezonu rozpoczęły się już na początku lipca. W ich trakcie drużyna rozegrała m.in. mecz kontrolny z Rekordem Bielsko-Biała, połączony z prezentacją zespołu dla kibiców na stadionie przy ul. Cichej 6. Latem doszło do szerokiej przebudowy kadry – do zespołu dołączyła liczna grupa nowych zawodników, w tym m.in. Filip Borowski, Łukasz Góra, Szymon Karasiński, Martin Konczkowski, Andrej Lukić, Wojciech Łaski, Jakub Myszor, Martin Turk, Mateusz Szwoch, Nono czy Denis Ventura. Równocześnie Klub pożegnał kilku piłkarzy, którzy w poprzednich latach stanowili ważne ogniwa drużyny, a także kapitana Tomasza Foszmańczyka, który zakończył karierę piłkarską. Zmiany te miały na celu podniesienie jakości sportowej oraz dostosowanie składu do wymogów pierwszoligowej rywalizacji.

Początek sezonu przyniósł wyjazdowe zwycięstwo z Odrą Opole, jednak w kolejnych tygodniach zespół notował wyniki poniżej oczekiwań. Seria remisów i porażek w meczach z drużynami czołówki i środka tabeli przełożyła się na miejsce w dolnej części stawki. W trakcie rundy jesiennej doszło do zmiany na stanowisku pierwszego trenera – po meczu z Arką Gdynia pracę zakończył Janusz Niedźwiedź, a zespół tymczasowo poprowadził jego asystent, Karol Szweda. Przed spotkaniem z Górnikiem Łęczna nowym szkoleniowcem Niebieskich został Dawid Szulczek, który w debiucie odniósł zwycięstwo i rozpoczął stopniowe odbudowywanie pewności siebie zespołu.

Kolejne tygodnie przyniosły wyraźną poprawę wyników. Ruch zaczął regularnie punktować, szczególnie na własnym stadionie – zwycięstwa z Kotwicą Kołobrzeg, Stalą Rzeszów, Wartą Poznań, Chrobrym Głogów czy bardzo efektowne wygrane z Odrą Opole (6:0) i innymi rywalami umocniły

pozycję zespołu w środku tabeli. Jednocześnie drużyna bardzo dobrze prezentowała się w rozgrywkach Fortuna Pucharu Polski, eliminując m.in. Podhale Nowy Targ oraz Unię Skierniewice i meldując się w kolejnych etapach rozgrywek. Po zakończeniu części jesiennej Ruch awansował do górnej części tabeli Betclia 1 Ligi, kończąc rundę na czwartym miejscu i pozostając w grze o miejsca barażowe.

Po przerwie świąteczno-noworocznej drużyna powróciła do treningów 7 stycznia. Okres przygotowawczy obejmował zajęcia na własnych obiektach oraz zgrupowanie w Turcji, podczas którego zespół rozegrał serię meczów kontrolnych z rywalami z Polski i zagranicy. Zawodnicy zostali poddani szczegółowym badaniom wydolnościowym i testom motorycznym, a do sztabu szkoleniowego dołączył nowy asystent – Arkadiusz Szczerbowski. Klub kontynuował również rozbudowę struktur sztabu analityczno-medycznego. Przed rundą rewanżową doszło do kolejnych rozładunków kadrowych: drużynę wzmocnili m.in. Jakub Adkonis, Jakub Bielecki, Yehor Tsykalo, Filip Lachendro, Dominik Preisler oraz Jakub Sobeczko, natomiast kilku zawodników odeszło, szukając większej liczby minut w innych klubach.

Runda wiosenna rozpoczęła się od remisu w Siedlcach, a następnie historycznego meczu z Wisłą Kraków na Stadionie Śląskim. Spotkanie, które zgromadziło ponad 50 tysięcy widzów, było wydarzeniem o ogromnym znaczeniu marketingowym i frekwencyjnym, natomiast sportowo zakończyło się dla Niebieskich wysoką porażką. Zespół szybko zrehabilitował się w rozgrywkach Fortuna Pucharu Polski, pokonując Koronę Kielce i awansując do półfinału. W dalszej części rundy wiosennej drużyna notowała wyniki zmienne – wartościowe zwycięstwa (m.in. nad Wartą Poznań, Stalą Rzeszów czy w wyjazdowym meczu z Kotwicą Kołobrzeg) przeplatała porażkami i remisami, co ostatecznie uniemożliwiło włączenie się do walki o miejsce w barażach.

Sezon 2024/2025 w Betcliu 1 Ligi Ruch Chorzów zakończył na 10. miejscu w tabeli z dorobkiem 48 punktów i bilansem bramkowym 50–46. Zespół nie zdołał osiągnąć celu w postaci walki o awans, jednak utrzymał stabilną pozycję w środku stawki, równocześnie przechodząc głęboką przebudowę kadrową i organizacyjną. Ważnym elementem sezonu był również awans do półfinału Fortuna Pucharu Polski oraz regularne wprowadzanie do pierwszego zespołu zawodników wywodzących się z Akademii i drużyny rezerw.

Wnioski z minionego sezonu, zarówno na poziomie sportowym, jak i organizacyjnym, stanowią punkt wyjścia do dalszego budowania drużyny zdolnej w kolejnych latach włączyć się do walki o powrót do Ekstraklasy przy jednoczesnym utrzymaniu tożsamości Klubu i bliskiej współpracy z Akademią Piłkarską Ruchu Chorzów.



4.15. Ruch II Chorzów

W sezonie 2024/2025 drużyna rezerw Ruchu Chorzów występowała w nowo utworzonej V lidze, tzw. „II Lidze Śląskiej (grupa północna)”. Zespół prowadzony przez trenera Ireneusza Psykałę rozpoczął przygotowania do rozgrywek na początku lipca, trenując na własnych obiektach i rozgrywając serię meczów kontrolnych. Kadre drużyny stanowią głównie wychowankowie Akademii Piłkarskiej Ruchu Chorzów oraz zawodnicy z szerokiej kadry pierwszego zespołu, co podkreśla rolę „dwójki” jako ważnego ogniwa w procesie przechodzenia młodych piłkarzy do piłki seniorskiej. Zespół został dodatkowo wzmocniony m.in. przez zawodników z UKS Ruch Chorzów oraz piłkarzy powracających z wypożyczeni.

Ruch II został zgłoszony zarówno do rozgrywek ligowych, jak i do Pucharu Polski na szczeblu Podokręgu Katowice. W pucharze Rezerwy dotarli do półfinału, eliminując po drodze Jastrzęb Bielszowice, a następnie ulegając III-ligowej Podlesiance Katowice. Udział w tych rozgrywkach pozwolił młodym zawodnikom na konfrontację z wyżej notowanymi rywalami i zdobycie cennego doświadczenia.

W lidze drużyna rezerw od początku prezentowała ofensywny styl gry i stabilną organizację w defensywie. Jesienią, po serii zwycięstw i korzystnych wyników, Ruch II plasował się w ścisłej czołówce tabeli, legitymując się jedną z najlepszych defensyw w całej stawce. W trakcie rundy młodzi „Niebiescy” pokazali, że potrafią rywalizować z doświadczonymi zespołami z regionu, regularnie punktując zarówno na własnym boisku, jak i na wyjazdach.

Zimą zespół przeszedł typową korektę kadrową – kilku zawodników zostało wypożyczonych do innych klubów w celu zebrania praktyki meczowej, a w ich miejsce do drużyny dołączyli kolejni młodzi piłkarze z Akademii i klubów partnerskich. Okres przygotowawczy do rundy wiosennej obejmował intensywne treningi oraz serię sparingów, w których rezerwy odnotowały wysokie zwycięstwa m.in. nad Concordią Knurów, Odrą II Opole czy Slavią Ruda Śląska.

Sezon ligowy 2024/2025 zespół Ruchu II Chorzów zakończył na **piątym miejscu** w tabeli V ligi Klasy Okręgowej „Sosnowiec–Katowice”, zdobywając **59 punktów** w 30 meczach (17 zwycięstw, 8 remisów, tylko 5 porażek). Bilans bramkowy oraz liczba zdobytych punktów potwierdzają, że był to udany sezon dla drużyny rezerw, zarówno pod względem sportowym, jak i szkoleniowym. Ruch II skutecznie spełnił swoją rolę pomostu między Akademią a pierwszym zespołem, dając szansę regularnej gry wielu młodym zawodnikom i przygotowując ich do wymagań piłki seniorskiej.



4.16. Akademia Piłkarska

W roku obrotowym 2024/2025 Akademia Piłkarska Ruchu Chorzów S.A. umocniła swoją pozycję jednego z najważniejszych ośrodków szkolenia młodzieży w regionie. Kontynuowano kompleksowy program pracy z zawodnikami od kategorii żaka po juniora starszego, rozwijając zarówno strukturę sportową, jak i projekty wspierające indywidualny rozwój piłkarzy i piłkarek.

Struktura szkolenia i liczba drużyn

Do rozgrywek ligowych zgłoszono w sezonie rekordową liczbę zespołów – od juniorów U19, przez kategorie U17, U15, U14, U13, U12, aż po młodzików młodszych. Jesienią w rywalizacji ligowej uczestniczyło łącznie 17 drużyn, natomiast wiosną – 10 zespołów w siedmiu kategoriach wiekowych, w tym po raz pierwszy w historii Klubu drużyna dziewcząt rywalizująca w rozgrywkach młodzieżek. Równolegle prowadzono grupy naborowe roczników 2015–2020, w których udział brało każdorazowo od 180 do ponad 200 dzieci, a łączna liczba zawodników „Niebieskiej” młodzieży sięgała ponad 400 osób, przypisanych do kilkunastu–kilkudziesięciu grup treningowych. Za proces szkolenia odpowiadał rozbudowany sztab liczący ponad 20 trenerów piłki nożnej, kilku trenerów bramkarzy, trenera przygotowania motorycznego oraz fizjoterapeutę.

Wyniki sportowe i awanse

Miniony sezon przyniósł Akademii szereg sukcesów sportowych. Drużyny młodzieżowe Ruchu regularnie zajmowały czołowe miejsca w swoich ligach, a kilka z nich wywalczyło awans na wyższy poziom rozgrywek. Juniorzy starsi U19, prowadzeni przez trenera Mateusza Michalika, znakomicie spisali się w I Lidze Wojewódzkiej, awansując do Makroregionalnej Ligi Juniorów Starszych. W rozgrywkach makroregionalnych zakończyli sezon na trzecim miejscu, do końca walcząc o udział w Centralnej Lidze Juniorów. Dodatkowo zwyciężyli w prestiżowym turnieju o Mistrzostwo Śląska – Puchar REKPOL, pokonując w fazie finałowej m.in. Zagłębie Sosnowiec i Rekord Bielsko-Biała.

Bardzo udany sezon zanotowały także zespoły juniorów młodszych U17. Drużyna występująca w I Lidze Wojewódzkiej zakończyła rozgrywki na drugim miejscu, osiągając imponujący bilans punktowy i bramkowy, z najlepszą ofensywą i defensywą w lidze. Równolegle świetnie zaprezentował

się zespół U17 w II Lidze Wojewódzkiej, kończąc sezon na podium z wysoką liczbą zwycięstw, oraz drużyna U17 w III Lidze Wojewódzkiej, która wygrała swoją grupę. Wszystkie te zespoły potwierdziły, że kategoria juniora młodszego jest jednym z najmocniejszych ogniw Akademii.

Na poziomie trampkarzy i młodzików Akademia również zanotowała liczne sukcesy. Drużyna U15 zwyciężyła w II Lidze Wojewódzkiej Trampkarzy, a drugi zespół U15 wygrał rozgrywki III Ligi Wojewódzkiej. Kolejna drużyna U15 zajęła wysokie miejsce w IV Lidze Okręgowej, co pokazuje szeroką bazę uzdolnionych zawodników w tej kategorii. Zespół U14 ukończył rozgrywki III Ligi Wojewódzkiej w czołówce tabeli, prezentując ofensywny styl gry i wysoką średnią zdobywanych bramek.

W kategorii młodzików na szczególne wyróżnienie zasługuje drużyna U13, która wygrała II Ligę Wojewódzką i wywalczyła awans na najwyższy poziom regionalny. Młodzicy młodsi U12 triumfowali w III Lidze Wojewódzkiej, osiągając bardzo wysoki bilans bramkowy. Jednocześnie Akademia rozwijała piłkę dziewczęcą – drużyna młodziczek U13, debiutująca w rozgrywkach ligowych, uzyskała awans do I Ligi Śląskiej, a druga drużyna dziewczęca zdobywała doświadczenie w II Lidze Wojewódzkiej. W kategoriach orlików i żaków zespoły Ruchu regularnie uczestniczyły w rozgrywkach i turniejach, jednak zgodnie z wytycznymi PZPN wyniki nie były ewidencjonowane, a akcent położony był na rozwój i zabawę.

Łącznie w rundzie jesiennej zespoły Akademii rozegrały ponad dwieście spotkań ligowych, z których zdecydowana większość zakończyła się zwycięstwami. Bilans bramkowy „Niebieskiej” młodzieży był zdecydowanie dodatni – we wszystkich meczach padło łącznie ponad tysiąc goli, z czego zdecydowana część po stronie Ruchu.

Rozwój indywidualny, projekty i szkolenie specjalistyczne

Działalność Akademii nie ograniczała się wyłącznie do rozgrywek ligowych. Kluczową rolę odgrywały projekty ukierunkowane na rozwój indywidualny. W Centrum Szkolenia Bramkarzy pod okiem doświadczonego trenera Mirosława Dreszera regularnie trenowała grupa ponad 20 golkiperów. Kontynuowano również projekt **Blue Future Project**, skierowany do najbardziej uzdolnionych zawodników kategorii U15–U19. W zajęciach uczestniczyła wyselekcjonowana grupa młodych piłkarzy, którzy pracowali nad rozwojem techniczno-taktycznym, mentalnym, motorycznym, a także nad właściwymi nawykami żywieniowymi.

Akademia prowadziła także intensywne działania szkoleniowe w okresie zimowym. Zespoły brały udział w obozach przygotowawczych m.in. w Rybniku-Kamieniu, Rewalu i innych ośrodkach, rozgrywając liczne mecze kontrolne z klubami z całej Polski oraz z zagranicy. Dla najmłodszych organizowano „Niebieski Tydzień Extra” w czasie ferii zimowych, obejmujący dodatkowe treningi i zajęcia ogólnorozwojowe.

Turnieje, powołania i piłka dziecięca

Ważnym elementem działalności Akademii były turnieje upamiętniające legendy Ruchu Chorzów. Zorganizowano m.in. turnieje im. Edmunda Giemzy, Jerzego Wyrobka, Henryka Duszy, Antoniego Nieroby, Gerarda Cieślika i Ernesta Wilimowskiego w kategoriach od U9 do U14. W zawodach tych udział wzięło łącznie blisko 600 dzieci, a drużyny Ruchu zajmowały czołowe lokaty w większości rozgrywek. Akademia wspólnie z UKS Ruch Chorzów i MORiS Chorzów dbała, by turnieje te miały nie tylko wymiar sportowy, ale również wychowawczy i historyczny.

Miniony rok był również bardzo udany pod względem powołań reprezentacyjnych. Zawodnicy i zawodniczki Akademii otrzymywali regularne zaproszenia do kadr Śląskiego Związku Piłki Nożnej oraz kadr podokręgów. Powołania obejmowały zarówno roczniki chłopięce (m.in. do kadry Śląska U12), jak i dziewczęce, co potwierdza skuteczność szkolenia i rosnącą rolę Ruchu Chorzów w strukturze młodzieżowego futbolu w regionie.

W ciągu całego roku utrzymywano stałą pracę z grupami naborowymi, a Akademia organizowała dla dzieci m.in. coroczne „Wakacje z Ruchem” oraz Mikołajki z udziałem „Niebieskiego Mikołaja”. Działania te, obok stricte sportowych wyników, wpisują się w szerzej rozumianą misję Klubu – wychowywania młodych ludzi poprzez sport, budowania więzi z Ruchem Chorzów oraz kształtowania postaw prozdrowotnych i prospołecznych.



4.17. Obszar pozasportowy

Marketing i biznes

W roku obrotowym 2024/2025 Klub konsekwentnie rozwijał działalność marketingową i biznesową, wzmacniając rozpoznawalność marki Ruchu Chorzów oraz poszerzając grono partnerów komercyjnych. Działania te obejmowały zarówno wsparcie sprzedaży biletów i karnetów, wydarzenia specjalne i akcje CSR, jak i rozwój współprac sponsorsko-partnerskich z firmami lokalnymi, ogólnopolskimi i międzynarodowymi.

Sezon 2024/2025 rozpoczął się intensywną kampanią sprzedaży karnetów oraz wprowadzeniem nowych koszulek meczowych. Na tydzień przed inauguracją rozgrywek na stadionie przy Cichej zorganizowano tradycyjną prezentację drużyny, będącą ważnym elementem budowania zaangażowania kibiców. Pierwszy mecz domowy sezonu, rozegrany ze Zniczem Pruszków, zgromadził ponad 13 tys. kibiców. Towarzyszyła mu akcja „Dorzuć Misie” przygotowana wspólnie ze Sponsorem Strategicznym, firmą STS. Inicjatywa połączyła aspekt charytatywny ze wsparciem Centrum Szkolenia i spotkała się z dużym odzewem kibiców.

Na kolejnych spotkaniach domowych – z Pogonią Siedlce oraz Górnikiem Łęczna – frekwencja ponownie przekroczyła 10 tys. widzów, a liczba sprzedanych karnetów do końca lata przekroczyła 5 tys. Biorąc pod uwagę fakt, że Klub rywalizował już na poziomie Betclic 1. Ligi, wynik ten potwierdził lojalność kibiców i siłę marki Ruchu Chorzów. Równocześnie kontynuowano działania z zakresu społecznej odpowiedzialności. Klub aktywnie uczestniczył w licznych inicjatywach charytatywnych, przekazywał gadzety na aukcje oraz wspierał zbiórki organizowane podczas meczów.

Miniony sezon przyniósł również rozwój współprac biznesowych. Na początku okresu sprawozdawczego podpisano nową, strategiczną umowę z firmą STS, która zastąpiła markę Betclic jako oficjalny bukmacher Klubu. Odnowiono także szereg umów sponsorskich z dotychczasowymi Partnerami, m.in. Nefrolux, No10, Cukiernią Ćmiel, Eko-tech, Pizzerią Peppino, Baromedical, CTS Energia czy Piekarnią Borowczyk. Do grona Partnerów dołączyły nowe podmioty, m.in. GitBike, Cube-Art., Top-Car czy Zakład Instalacji Sanitarnych. Firma ALBA – Sponsor Strategiczny – zwiększyła swoje zaangażowanie, rozwijając wspólne projekty z zakresu ekologii, zero waste oraz edukacji prośrodowiskowej.

W kolejnych miesiącach Klub podpisał umowy z firmami DomB Developer, Warto Szkolić oraz Daktela. Zorganizowano spotkania networkingowe dla Partnerów, w tym wydarzenia biznesowe na

Stadionie Śląskim oraz śniadanie biznesowe w restauracji „Na Winklu”, wzmacniając środowisko przedsiębiorców współpracujących z Ruchem.

Niezwykle istotnym elementem działalności marketingowej była największa w historii Klubu kampania promująca mecz z Wisłą Kraków – #MeczMistrzów. Rozbudowane działania reklamowe w mediach społecznościowych, tradycyjnych, outdoorowych oraz digital doprowadziły do wyprzedania wszystkich miejsc na Stadionie Śląskim i ustanowienia rekordowej frekwencji w historii ligowych meczów w Polsce w XXI wieku. Wydarzenie to znacząco zwiększyło rozgłos medialny oraz zasięg komunikacyjny marki Ruch Chorzów.

W tym samym okresie Klub realizował liczne działania wizerunkowe, w tym relacje medialne z zimowego zgrupowania w Turcji, kampanię sprzedaży karnetów na rundę wiosenną, oraz organizację klubowego Dnia Kobiet podczas meczu z Arką Gdynia. Kolejnym punktem w kalendarzu był ćwierćfinał Pucharu Polski z Koroną Kielce, a także półfinał z Legią Warszawa. Oba te spotkania poprzedzono szeroko zakrojoną kampanią outdoorową, radiową i internetową. Promocja spotkań przełożyła się na frekwencję wynoszącą odpowiednio 11 107 i 25 496 widzów, a także duże zainteresowanie mediów.

Klub rozwijał również współpracę z otoczeniem biznesowym. Wiosną zorganizowano duże spotkanie przedsiębiorców przy okazji meczu półfinałowego Pucharu Polski, przy współpracy z Miastem Chorzów, Grupą Silesia oraz firmą CADesigner Engineering. Wydarzenie zgromadziło ponad 100 gości z sektora prywatnego i publicznego. W kolejnych tygodniach grono Partnerów powiększyło się m.in. o firmy Drewno Hurt-Detal, Krainę Blasku Auto Spa, Elektroimpuls, Loja czy Catering Arts.

Kulminacyjnym wydarzeniem końcówki sezonu było „Pożegnanie stadionu przy Cichej 6” – całodniowy piknik rodzinny połączony z transmisjami na żywo, meczami pokazowymi byłych zawodników oraz aktywnym udziałem Partnerów Biznesowych Klubu. Wydarzenie miało silny charakter wizerunkowy, mobilizując społeczność lokalną i podkreślając historyczne znaczenie obiektu.

Na zakończenie okresu sprawozdawczego zainaugurowano kampanię karnetową na sezon 2025/2026 pod hasłem „Ruch to Ty!”, wspieraną szeroką komunikacją w mediach społecznościowych, lokalnych środkach przekazu oraz atrakcyjnym materiałem wideo, w którym wystąpił aktor Maciej Żurawski.

Sprzedaż gadżetów

W roku obrotowym 2024/2025 segment sprzedaży gadżetów i artykułów klubowych utrzymał silną pozycję jednego z kluczowych obszarów działalności komercyjnej Spółki. Stabilny popyt i wzrost generowały nowe kolekcje, systematyczne akcje marketingowe oraz ścisła integracja sprzedaży z wydarzeniami sportowymi i miejskimi.

Pierwszy kwartał przyniósł wyraźne zwiększenie sprzedaży dzięki premierze nowych koszulek meczowych i rozszerzeniu oferty letniej. Akcje „Wakacje z Ruchem” i „Dorzuć misie” dodatkowo pobudziły ruch zakupowy, a pierwsze produkty okazjonalne, w tym koszulka „Ruch on Tour”, poszerzyły ofertę opartą na wielkim meczu przyjaźni.

W tym okresie pojawiły się dobrze sprzedające się gadżety łączone typu szalik, poduszka, brelok oraz kubek.

Wraz z początkiem listopada wystartowała rozbudowana oferta świąteczna obejmująca bombki, poduszki, skarpety kominkowe, figurki choinkowe, limitowane swetry i gotowe zestawy prezentowe. Do oferty dołączyły także czapki Mikołajkowe, bombki na stojaku, drewniane zawieszki, kubki okolicznościowe oraz tradycyjny opłatek z siankiem. Kampania BLUE WEEK z rabatami do 40%

przyniosła jedno z najlepszych wyników sezonu, a wyraźne wzrosty sprzedaży odnotowano na produktach prezentowych. Osobne rekordy były kufel Barbórkowy oraz koszulka Barbórkowa — oba produkty osiągnęły status hitów sprzedażowych i przyciągnęły znaczną liczbę nowych klientów.. Rok zamknęło wprowadzenie kalendarzy na 2025 r. w wersji plakatowej, trójdzielnej i książkowej.

W pierwszych miesiącach nowego roku kontynuowano strategię tematycznych premier produktowych związanych z Dniem Babci i Dziadka, walentynkami oraz Dniem Kobiet. Oferta została rozszerzona o czapki zimowe, fotel gamingowy, eko zestawy miodów i zegary ściennie, a walentynkowe niebieskie róże wyprzedały się pierwszego dnia. Wzrost sprzedaży wspierały wydarzenia sportowe, w tym Mecz Mistrzów, podczas którego osiem stanowisk sprzedażowych zapewniło obsługę zwiększonego ruchu, oferując m.in. szaliki zgodowe i nowe akcesoria.

Wiosna przyniosła kolejne premiery produktowe powiązane z jubileuszem 105-lecia Ruchu oraz rozgrywkami pucharowymi. Wprowadzono limitowane odznaki, zegarki, jubileuszową koszulkę i pamiątkowe gadżety. Ukazało się także drugie wydanie pierwszej części klubowej książki. W ofercie pojawiły się bluzy baseballowe, modele z lampasami, dziecięca bluza Octagon, nowe poduszki, rogałe podróżne, skarpety i odzież dziecięca. Spółka utrzymała aktywność promocyjną m.in. w Galerii AKS, gdzie zorganizowano akcję rabatową ze spotkaniem z piłkarzami, przy jednoczesnym utrzymaniu -20% na kolekcję Nike. Maj wzmocniła sprzedaż produktów okolicznościowych na Dzień Matki.

W czerwcu wprowadzono letni asortyment — klapki Kubota, czapki z daszkiem, okulary przeciwsłoneczne i kufle. Dzień Dziecka wsparto rabatem -10% na produkty dziecięce, a Dzień Ojca – rabatem -10% na całą ofertę. Kulminacją końcówki kwartału było „Pożegnanie Cichej”, dla którego przygotowano limitowane szaliki i koszulki, co przełożyło się na jedno z najwyższych wyników sprzedaży w sezonie.

Przez cały rok dział sprzedaży aktywnie uczestniczył w eventach i imprezach lokalnych. Systematyczne poszerzanie asortymentu, szybkie reagowanie na sezonowe potrzeby oraz powiązanie działań sprzedażowych z kalendarzem sportowym umożliwiły utrzymanie wysokiej dynamiki wzrostu segmentu w całym okresie rozliczeniowym.

Sprzedaż biletów

W roku obrotowym 2024/2025 sprzedaż biletów pozostawała jednym z kluczowych obszarów działalności operacyjnej Spółki. Klub kontynuował rozwój polityki sprzedażowej i frekwencyjnej opartej na dynamicznym cenniku, segmentacji oferty oraz akcjach specjalnych kierowanych do różnych grup kibiców. Efektem tych działań był stabilny poziom zainteresowania meczami domowymi oraz rekordy frekwencyjne, które ponownie zwróciły uwagę całej piłkarskiej Polski.

Na początku lipca 2024 roku rozpoczęto sprzedaż karnetów na sezon 2024/2025. Oferta spotkała się z dużym zainteresowaniem sympatyków Klubu, a liczba sprzedanych karnetów przekroczyła **5 500 sztuk** na pierwszą część sezonu. Równolegle prowadzono sprzedaż biletów na mecze domowe rozgrywane na Superauto.pl Stadionie Śląskim, który także w minionym sezonie pełnił funkcję stadionu domowego Ruchu.

W trakcie sezonu odbyło się szereg wydarzeń o szczególnym znaczeniu marketingowym. Jednym z nich była akcja „**Wszystkie bajtę do 14. roku życia wchodzą na mecz za darmo**”, przygotowana na spotkanie z Odrą Opole. Inicjatywa

ta spotkała się z bardzo pozytywnym odbiorem i zgromadziła **2 554 dzieci**, znacząco podnosząc frekwencję na stadionie oraz wzmacniając relacje z młodymi kibicami i ich rodzinami.

Szczególnym wydarzeniem sezonu był **Mecz Mistrzów z Wisłą Kraków**, rozegrany 22 lutego 2025 r. Spotkanie to przyciągnęło **53 293 widzów**, co oznaczało komplet sprzedanych biletów oraz ustanowienie **rekordu frekwencji klubowej piłki nożnej w XXI wieku w Polsce**. Mecz ten był jednym z najważniejszych momentów sezonu pod względem marketingowym, sprzedażowym i wizerunkowym.

W kolejnych tygodniach Klub prowadził sprzedaż biletów na mecze ligowe i pucharowe, a także pakietów biletowych – w tym dwupaków oraz trójpaków obejmujących kilka domowych spotkań. Tego typu działania pozwoliły utrzymać przewidywalność frekwencji oraz zwiększyć udział sprzedaży przedsprzedażowej, co pozytywnie wpływało na zarządzanie pojemnością stadionu i budżetem.

W marcu 2025 roku rozpoczęto sprzedaż biletów na półfinał Pucharu Polski z Legią Warszawa. Już 31 marca liczba uprawnionych kibiców przekroczyła **21 000 osób**, a ostateczna frekwencja na meczu wyniosła **25 496 widzów**. Była to druga najliczniejsza publika w całej edycji Pucharu Polski 2024/2025 – większą miał jedynie finał na stadionie PGE Narodowy.

Łącznie, mecze domowe Ruchu Chorzów w sezonie 2024/2025 obejrzało **258 230 kibiców**, co potwierdza niezmiennie wysokie zainteresowanie Klubem, niezależnie od wyników sportowych czy poziomu rozgrywek. Superauto.pl Stadion Śląski pozostaje jednym z największych i najatrakcyjniejszych obiektów piłkarskich w Polsce, a jego pojemność umożliwia organizację wydarzeń o skali niedostępnej dla większości klubów w kraju.

Pod koniec roku obrotowego rozpoczęto również sprzedaż karnetów na sezon 2025/2026. Już w pierwszych dniach kampanii, do 30 czerwca 2025 r., sprzedano ponad **2 000 karnetów**, co stanowiło solidną bazę frekwencyjną przed rozpoczęciem nowego sezonu i potwierdzało trwałe zaangażowanie kibiców.

MECZ	ŁĄCZNA FREKWENCJA
Ruch Chorzów - Znicz Pruszków 28.07.2024	13 194 widzów
Ruch Chorzów - Pogoń Siedlce 02.08.2024	10 083 widzów
Ruch Chorzów - Górnik Łęczna 31.08.2024	10 858 widzów
Ruch Chorzów – Kotwica Kołobrzeg 04.10.2024	10 407 widzów
Ruch Chorzów -Warta Poznań 25.10.2024	10 744 widzów
Ruch Chorzów – Chrobry Głogów 07.11.2024	10 111 widzów
Ruch Chorzów – Odra Opole 29.11.2024	12 252 widzów



Ruch Chorzów – Wisła Kraków 22.02.2025	53 293 widzów
Ruch Chorzów – Korona Kielce 25.02.2025	11 107 widzów
<i>Ruch Chorzów – Bruk-Bet Termalica Nieciecza</i> 03.03.2025	10 214 Widzów
Ruch Chorzów – Arka Gdynia 08.03.2025	12 408 Widzów
Ruch Chorzów – Wisła Płock 15.03.2025	10 196 Widzów
Ruch Chorzów – Legia Warszawa 02.04.2025	25 496 widzów
Ruch Chorzów – GKS Tychy 06.04.2025	10 898 widzów
Ruch Chorzów – Miedź Legnica 10.04.2025	7 761 Widzów
Ruch Chorzów – Stal Śalowa Wola 13.04.2025	10 073 Widzów
Ruch Chorzów – Stal Rzeszów 27.04.2025	10 091 Widzów
Ruch Chorzów – ŁKS Łódź 10.05.2025	13 276 Widzów
Ruch Chorzów – Polonia Warszawa 25.05.2025	5 768 Widzów <i>* ograniczona pojemność stadionu</i>

Strategia Spółki, założenia i plany na okres lipiec 2024 - czerwiec 2025

Po kolejnym sezonie gry w I Lidze, w którym Klub nie zrealizował celu sportowego w postaci awansu do Ekstraklasy, głównym założeniem strategicznym Spółki pozostaje odbudowa i wzmocnienie pozycji sportowej oraz dalsze stabilizowanie sytuacji finansowej. Kluczowe cele na nadchodzący okres obejmują:

1. Uzyskanie licencji na sezon 2026/2027

Spółka priorytetowo realizuje działania związane ze spełnieniem wszystkich kryteriów proceduralnych i finansowych niezbędnych do uzyskania licencji PZPN. Szczególny nacisk kładziony jest na regulację zobowiązań, transparentność procesów finansowych oraz utrzymanie wymaganych standardów infrastrukturalnych i organizacyjnych.

2. Walka o awans do Ekstraklasy w sezonie 2025/2026

Awans pozostaje najważniejszym celem sportowym, determinującym długoterminowy rozwój Spółki, możliwość zwiększenia przychodów oraz utrzymanie wysokiego poziomu zaangażowania kibiców, sponsorów i partnerów biznesowych.

3. Utrzymanie wskaźników płynności finansowej

Zarząd koncentruje się na bieżącym regulowaniu zobowiązań, kontrolowaniu kosztów oraz zwiększaniu przychodów poprzez optymalizację procesów finansowych. Priorytetem jest utrzymanie ciągłości działalności i bezpieczeństwa finansowego Spółki.

4. Rozbudowa i utrzymanie bazy partnerów oraz sponsorów

W nadchodzącym okresie planowane jest pozyskiwanie nowych sponsorów oraz przedłużanie współpracy z obecnymi partnerami komercyjnymi. Spółka zamierza pogłębiać współpracę z przedsiębiorstwami lokalnymi oraz dużymi podmiotami krajowymi, zapewniając stabilne i przewidywalne źródła przychodów.

5. Zwiększanie frekwencji na meczach I Ligi

Odbudowa frekwencji jest jednym z kluczowych elementów strategii. Klub planuje intensywne działania marketingowe i komunikacyjne, mające zachęcić kibiców do uczestnictwa w meczach na Stadionie Śląskim. Celem jest utrzymanie stabilnej liczby widzów oraz zwiększenie sprzedaży karnetów, ze szczególnym uwzględnieniem rodzin, dzieci i młodzieży.

6. Efektywne okienka transferowe

Zarząd planuje dokonanie wzmocnień kadrowych pozwalających na skuteczną rywalizację w czołówce ligi. Strategia transferowa zakłada pozyskiwanie zawodników dających natychmiastowe wzmocnienie pierwszej drużyny, przy jednoczesnym utrzymaniu racjonalnej polityki kosztowej.

7. Rozwój Akademii Piłkarskiej Klubu

Priorytetem pozostaje dalszy rozwój Akademii poprzez szkolenie trenerów, inwestycje w infrastrukturę treningową oraz promowanie najlepszych wychowanków do pierwszej drużyny.

Kontynuowane będą projekty rozwojowe, takie jak Blue Future Project i Centrum Szkolenia Bramkarzy.

8. Wzmocnienie działań marketingowych i komunikacyjnych

Spółka planuje intensyfikację działań w obszarze digital, social media, PR oraz współpracy z lokalną społecznością. Celem jest zwiększenie rozpoznawalności marki i budowanie pozytywnego wizerunku Klubu zarówno w regionie, jak i w skali ogólnopolskiej.

9. Konwersja zobowiązań na kapitał

Zarząd rozważa przeprowadzenie kolejnej emisji akcji, skierowanej m.in. do wierzycieli oraz aktualnych Akcjonariuszy. Konwersja części zobowiązań na kapitał własny będzie istotnym elementem poprawy struktury bilansu i obniżenia poziomu zadłużenia.

10. Kontynuacja współpracy z Miastem Chorzów

Klub zamierza dalej uczestniczyć w projektach miejskich oraz wykorzystywać potencjał wydarzeń organizowanych przez Miasto. Współpraca z lokalnymi instytucjami pozostaje ważnym elementem budowy silnej pozycji Ruchu Chorzów w regionie.

11. Optymalizacja kosztów działalności Klubu

W związku z utrzymaniem się w I Lidze, Spółka dokonuje przeglądu struktury kosztów i dostosowuje wydatki do aktualnych możliwości finansowych. Celem jest efektywne gospodarowanie budżetem przy zachowaniu wysokiego standardu organizacyjnego i sportowego.

12. Budowanie pozytywnego wizerunku i działania CSR

Klub rozwija projekty społeczne i edukacyjne, angażując się w inicjatywy lokalne oraz współpracując z kibicami i partnerami. Szczególny nacisk kładziony jest na działania skierowane do rodzin, sektora młodych fanów oraz organizację wydarzeń promujących pozytywne kibicowanie.

Planowane działania dla poprawy sytuacji Klubu

Zarząd podejmuje szereg działań mających na celu dalsze wzmacnianie fundamentów finansowych i organizacyjnych Spółki:

- Poszerzenie oferty komercyjnej o nowe produkty, kolekcje gadżetów oraz akcje promocyjne skierowane do kibiców.
- Rozważenie otwarcia nowego stacjonarnego punktu sprzedażowego.
- Kontynuacja emisji akcji dla inwestorów.
- Rozwój współpracy z obecnymi sponsorami oraz pozyskiwanie nowych partnerów, ze szczególnym uwzględnieniem rynku lokalnego i regionalnego.
- Organizacja wydarzeń promocyjnych, w tym dni otwartych, spotkań z drużyną, turniejów dla dzieci i młodzieży oraz aktywacji meczowych.

Zarząd Spółki jest przekonany, że realizacja powyższych celów w sezonie 2025/2026 pozwoli na dalszą poprawę sytuacji sportowej i finansowej Klubu, wzmacniając stabilność funkcjonowania Ruchu Chorzów w długim horyzoncie czasowym.

5. Informacje o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego.

LP.	Zasada	TAK / NIE / NIE DOTYCZY	KOMENTARZ
1.	Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii, zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.	tak, w części	Zasada nie jest stosowana w części, która mówi iż powinna umożliwić transmitowanie obrad z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg i upubliczniać go na stronie. Protokół z ZWZ jest publikowany niezwłocznie po jego otrzymaniu.
2.	Spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw funkcjonowania.	tak	
3.	Spółka prowadzi korporacyjną internetową i zamieszcza na niej:	tak	
	3.1. podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa),		
	3.2. opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której Emitent uzyskuje największej przychodów,	tak, w części	Informacje znajdują się na stronie, jednakże bez konkretnych informacji, z której działalności uzyskuje największej przychodów.
	3.3. opis rynku, na którym działa Emitent, wraz z określeniem pozycji emitenta na tym rynku,	tak, w części	Spółka zamieszcza informacje o pozycji emitenta w sferze swoich głównych działalności (I Liga, Centralna Liga Juniorów); wskazane informacje są dostępne w Dokumencie Informacyjnym, który znajduje się na stronie korporacyjnej.

3.4. życiorysy zawodowe członków organów spółki,	tak, w części	W chwili obecnej Spółka zamieszcza życiorysy członków swoich organów w raporcie o ich powołaniu.
3.5. powzięte przez zarząd, na podstawie oświadczenia członka rady nadzorczej, informacje o powiązaniach członka rady nadzorczej z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu spółki,	nie	Spółka nie przestrzega tej zasady w chwili obecnej, lecz zamierza zamieścić odpowiednie informacje w tej kwestii w najbliższej przyszłości.
3.6. dokumenty korporacyjne spółki,	tak	
3.7. zarys planów strategicznych spółki,	nie	Spółka nie przestrzega tej zasady w chwili obecnej, lecz zamierza zamieścić odpowiednie informacje w tej kwestii w najbliższej przyszłości; wskazane informacje są dostępne w Dokumencie Informacyjnym, który znajduje się na stronie korporacyjnej oraz w raporcie rocznym.
3.8. opublikowane prognozy wyników finansowych na bieżący rok obrotowy, wraz z założeniami do tych prognoz (w przypadku gdy emitent takie publikuje),	nie	Spółka nie przestrzega tej zasady w chwili obecnej, lecz zamierza zamieścić odpowiednie informacje w tej kwestii w najbliższej przyszłości.
3.9. strukturę akcjonariatu Emitenta, ze wskazaniem głównych akcjonariuszy oraz akcji znajdujących się w wolnym obrocie,	tak	
3.10. dane oraz kontakt do osoby, która jest odpowiedzialna w spółce za relacje inwestorskie oraz kontakty z mediami,	tak, w części	Spółka zamieści informacje na stronie internetowej dane kontaktowe osoby odpowiedzialnej za relacje z mediami.
3.11. Skreślony		
3.12. opublikowane raporty roczne i okresowe,	tak	
3.13. kalendarz zaplanowanych dat publikacji finansowych raportów okresowych, dat walnych zgromadzeń, a także spotkań z inwestorami i analitykami oraz konferencji prasowych,	tak	
3.14. informacje na temat zdarzeń korporacyjnych, takich jak wypłata dywidendy, oraz innych zdarzeń skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, z uwzględnieniem terminów oraz zasad przeprowadzania tych operacji. Informacje te powinny być zamieszczane w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych,	nie dotyczy	

	3.15. Skreślony.		
	3.16. pytania akcjonariuszy dotyczące spraw objętych porządkiem obrad, zadawane przed i w trakcie walnego zgromadzenia, wraz z odpowiedziami na zadawane pytania,	tak	Jeśli zostaną zgłoszone.
	3.17. informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad wraz z uzasadnieniem,	tak	
	3.18. informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,	tak	
	3.19. informacje na temat podmiotu, z którym spółka podpisała umowę o świadczenie usług Autoryzowanego Doradcy ze wskazaniem nazwy, adresu strony internetowej, numerów telefonicznych oraz adresu poczty elektronicznej Doradcy,	nie dotyczy	Spółka aktualnie nie posiada podpisanej umowy z Autoryzowanym Doradcą
	3.20. Informację na temat podmiotu, który pełni funkcję animatora akcji emitenta,	nie dotyczy	Spółka aktualnie nie posiada podpisanej umowy na funkcję animatora rynku
	3.21. dokument informacyjny (prospekt emisyjny) spółki, opublikowany w ciągu ostatnich 12 miesięcy,	nie dotyczy	
	3.22. Skreślony.		
	3.23. Informacje zawarte na stronie internetowej powinny być zamieszczane w sposób umożliwiający łatwy dostęp do tych informacji. Emitent powinien dokonywać aktualizacji informacji umieszczanych na stronie internetowej. W przypadku pojawienia się nowych, istotnych informacji lub wystąpienia istotnej zmiany informacji umieszczanych na stronie internetowej, aktualizacja powinna zostać przeprowadzona niezwłocznie.	tak	
4.	Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową, według wyboru emitenta, w języku polskim lub angielskim. Raporty bieżące i okresowe powinny być zamieszczane na stronie internetowej co najmniej w tym samym języku, w którym następuje ich publikacja zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta.	tak	
5.	Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.GPWInfoStrefa.pl .	nie	Spółka nie przestrzega tej zasady w chwili obecnej, na wskazanej stronie dostępne są jedynie podstawowe informacje o Spółce.
6.	Emitent powinien utrzymywać bieżące kontakty z przedstawicielami Autoryzowanego Doradcy, celem umożliwienia mu prawidłowego wykonywania swoich obowiązków wobec emitenta. Spółka powinna wyznaczyć osobę odpowiedzialną za kontakty z Autoryzowanym Doradcą.	nie dotyczy	
7.	W przypadku, gdy w spółce nastąpi zdarzenie,	nie dotyczy	

	które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, Emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.		
8.	Emitent powinien zapewnić Autoryzowanemu Doradcy dostęp do wszelkich dokumentów i informacji niezbędnych do wykonywania obowiązków Autoryzowanego Doradcy.	nie dotyczy	
9.	Emitent przekazuje w raporcie rocznym: 9.1. informację na temat wynagrodzeń wszystkich i rady nadzorczej,	tak	
	9.2. informację na temat wynagrodzenia Autoryzowanego Doradcy otrzymywanego od emitenta z tytułu świadczenia wobec emitenta usług w każdym zakresie.	nie dotyczy	
10.	Członkowie zarządu i rady nadzorczej powinni uczestniczyć w obradach walnego zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.	tak	
11.	Przynajmniej 2 razy w roku Emitent, przy współpracy Autoryzowanego Doradcy, powinien organizować publicznie dostępne spotkanie z inwestorami, analitykami i mediami.	nie dotyczy	
12.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie emisji akcji z prawem poboru powinna precyzować cenę emisyjną albo mechanizm jej ustalenia lub zobowiązać organ do tego upoważniony do ustalenia jej przed dniem ustalenia prawa poboru, w terminie umożliwiającym podjęcie decyzji inwestycyjnej.	nie dotyczy	
13.	Uchwały walnego zgromadzenia powinny zapewnić zachowanie niezbędnego odstępu czasowego pomiędzy decyzjami powodującymi określone zdarzenia korporacyjne a datami, w których ustalane są prawa akcjonariuszy wynikające z tych zdarzeń korporacyjnych.	nie dotyczy	
13a.	W przypadku otrzymania przez zarząd emitenta od akcjonariusza posiadającego co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w spółce, informacji o zwołaniu przez niego nadzwyczajnego walnego zgromadzenia w trybie określonym w art.399 §3 Kodeksu spółek handlowych, zarząd emitenta niezwłocznie dokonuje czynności, do których jest zobowiązany w związku z organizacją i przeprowadzeniem walnego zgromadzenia. Zasada ta ma zastosowanie również w przypadku upoważnienia przez sąd rejestrowy akcjonariuszy do zwołania nadzwyczajnego walnego zgromadzenia na podstawie art. 400 §3 Kodeksu spółek handlowych.	nie dotyczy	

14.	Dzień ustalenia praw do dywidendy oraz dzień wypłaty dywidendy powinny być tak ustalone, aby czas przypadający pomiędzy nimi był możliwie najkrótszy, a w każdym przypadku nie dłuższy niż 15 dni roboczych. Ustalenie dłuższego okresu pomiędzy tymi terminami wymaga szczegółowego uzasadnienia.	nie dotyczy	
15.	Uchwała walnego zgromadzenia w sprawie wypłaty dywidendy warunkowej może zawierać tylko takie warunki, których ewentualne ziszczenie nastąpi przed dniem ustalenia prawa do dywidendy.	nie dotyczy	
16.	Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca. Raport miesięczny powinien zawierać co najmniej: - informacje na temat wystąpienia tendencji i zdarzeń w otoczeniu rynkowym emitenta, które w ocenie emitenta mogą mieć w przyszłości istotne skutki dla kondycji finansowej oraz wyników finansowych emitenta, - zestawienie wszystkich informacji opublikowanych przez emitenta w trybie raportu bieżącego w okresie objętym raportem, - informacje na temat realizacji celów emisji, jeżeli taka realizacja, choćby w części, miała miejsce w okresie objętym raportem, - kalendarz inwestora, obejmujący wydarzenia mające mieć miejsce w nadchodzącym miesiącu, które dotyczą emitenta i są istotne z punktu widzenia interesów inwestorów, w szczególności daty publikacji raportów okresowych, planowanych walnych zgromadzeń, otwarcia subskrypcji, spotkań z inwestorami lub analitykami, oraz oczekiwany termin publikacji raportu analitycznego.	nie	Spółka nie przesyła raportów miesięcznych, skupia się na komunikacji z inwestorem przez przysyłanie raportów kwartalnych i raportów bieżących.
16a.	W przypadku naruszenia przez emitenta obowiązku informacyjnego określonego w Załączniku nr 3 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu („Informacje bieżące i okresowe przekazywane w alternatywnym systemie obrotu na rynku NewConnect”) emitent powinien niezwłocznie opublikować, w trybie właściwym dla przekazywania raportów bieżących na rynku NewConnect, informację wyjaśniającą zaistniałą sytuację.	tak	
17.	Skreślony		