



**Na polskiej piłce da się zarabiać**

***Ekstraklasa piłkarskiego  
biznesu 2011***

20 września 2011 r.

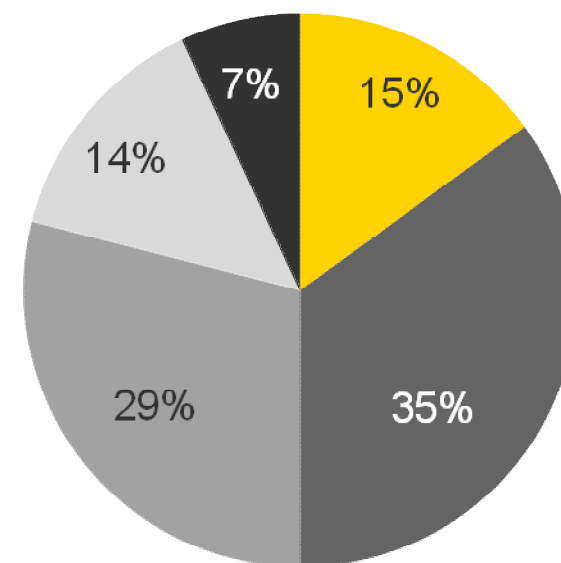
 **ERNST & YOUNG**  
Quality In Everything We Do



**EKSTRAKLASA**  
SPÓŁKA AKCYJNA

# Wpływy do klubowych kas w 2010 roku

- ▶ 383,6 mln zł – łączne przychody klubów Ekstraklasy w 2010 roku
- ▶ 22% - stopa wzrostu przychodów klubów Ekstraklasy w porównaniu do roku 2009
- ▶ 4 kluby wypracowały zysk netto: Lech, Ruch, Wisła i... Podbeskidzie!



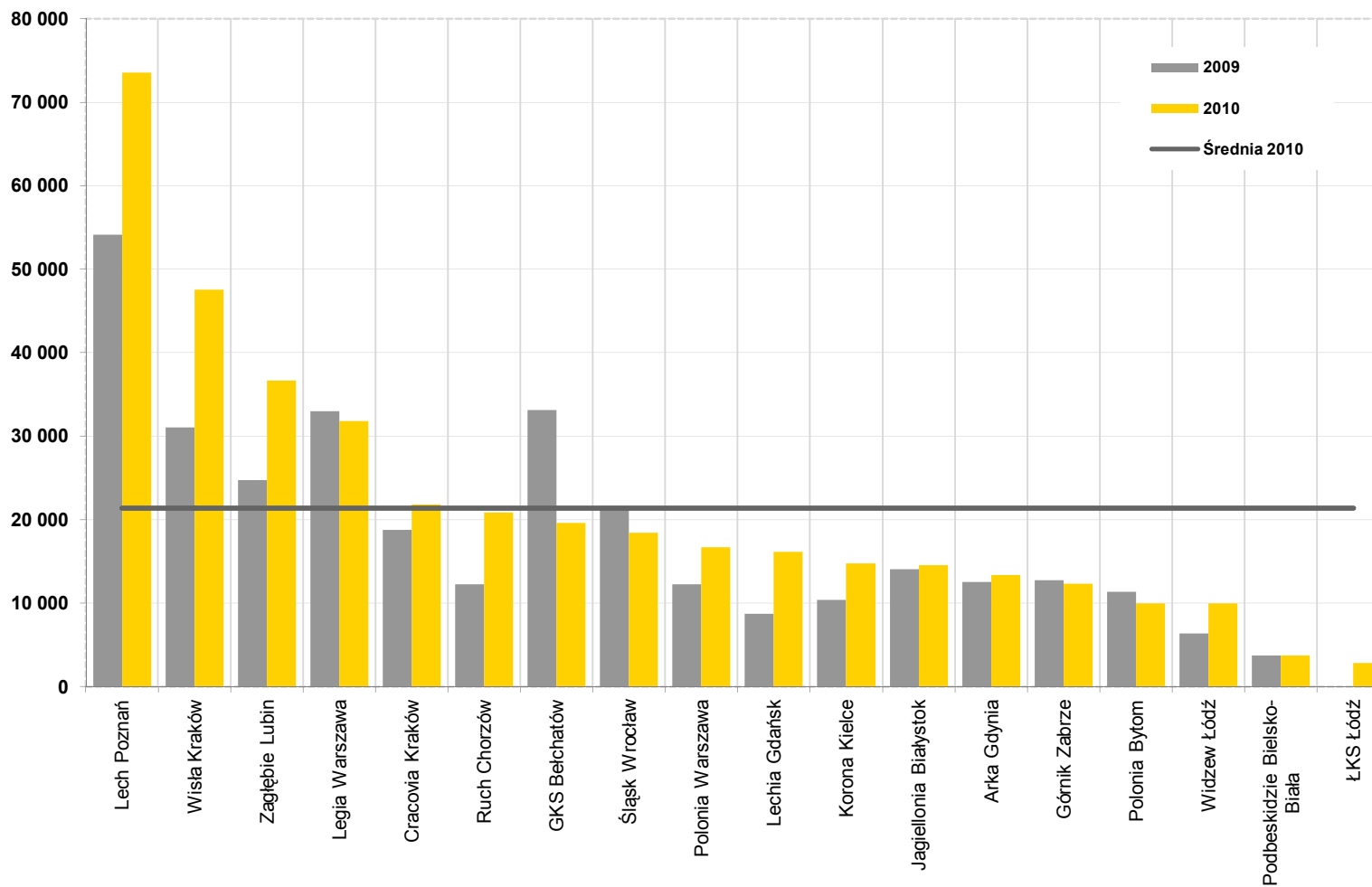
- Wpływy z biletów
- Sponsoring i reklama
- Przychody z transmisji
- Przychody transferowe
- Pozostałe

# Czynniki wzrostu przychodów



# Wysokość przychodów klubów (w tys. zł)

## Zwiększa się dystans między Wielką Trójką a resztą klubów

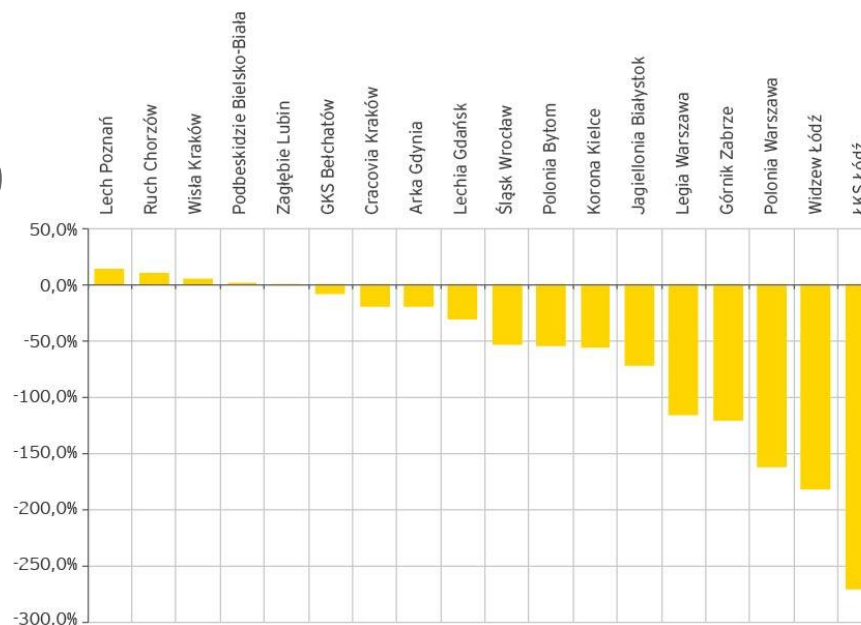


# Rentowność i zadłużenie klubów w 2010 r.

## Zagrożenie – rosnące zadłużenie klubów

- ▶ 531 mln zł – tyle w 2010 roku wyniosły łączne zobowiązania klubów Ekstraklasy
- ▶ O 87 mln zł wzrosły zobowiązania klubów w porównaniu do roku 2009
- ▶ W 2010 roku najbardziej zadłużyły się:
  - ▶ Legia Warszawa – 40,1 mln zł
  - ▶ Polonia Warszawa – 25,0 mln zł
  - ▶ Widzew Łódź – 16,0 mln zł
- ▶ Lech Poznań od 3 lat jest rentowny!

Rentowność netto klubów w 2010 r.



# Ranking klubów Ekstraklasy 2010 / 2011



---

# Metodologia rankingu

---

- ▶ Pozycja klubu w rankingu ogólnym jest wypadkową jego pozycji w 3 subrankingach:
  - ▶ Stabilności finansowej
  - ▶ Medialności
  - ▶ Efektywności działania
- ▶ Tworząc subranking stabilności finansowej pod uwagę braliśmy: przychody, wskaźniki rentowności, wskaźniki płynności, zadłużenie, aktywa
- ▶ Tworząc subranking medialności pod uwagę braliśmy: liczbę transmisji TV, frekwencję, oglądalność meczy w TV, częstotliwość występowania w mediach, wartość koszulki klubowej, index Google, liczbę wejść na strony www, liczbę wydanych kart kibica
- ▶ Tworząc subranking efektywności pod uwagę braliśmy: wyniki sportowe (Liga, Puchar, europejskie puchary, ME), koszt zdobytego punktu, wartość pierwszej „11”, liczbę reprezentantów w składzie, infrastrukturę stadionową, relację średniej frekwencji do pojemności stadionu, liczbę drużyn młodzieżowych.

# Ranking ogólny 2010/2011

- ▶ Zwycięzcą rankingu *Ekstraklasa piłkarskiego biznesu 2011* po raz trzeci z rzędu został Lech Poznań!
- ▶ W przeciwieństwie do rankingu z roku 2010, „Kolejorz” nie zdominował rankingu – wygrał tylko w 1 kategorii.



Lp.	Nazwa klubu	Zmiana miejsca*
1.	Lech Poznań	0
2.	Legia Warszawa	0
3.	Wisła Kraków	+1
4.	Jagiellonia Białystok	+6
5.	Śląsk Wrocław	+1
6.	Lechia Gdańsk	-3
7.	KGHM Zagłębie Lubin	0
8.	Ruch Chorzów	+1
9.	Widzew Łódź	+8
10.	Cracovia Kraków	+2
11.	Polonia Warszawa	+3
12.	Górnik Zabrze	+3
13.	Korona Kielce	-2
14.	GKS Bełchatów	-9
15.	Arka Gdynia	-2
16.	Podbeskidzie Bielsko-Biała	-
17.	Polonia Bytom	-9
18.	ŁKS Łódź	-



# Ranking stabilności finansowej 2010/2011

- ▶ Lech w 2010 roku zanotował najwyższe przychody w historii polskiej piłki klubowej – 73,5 mln. Mistrz Polski – Wisła Kraków – osiągnął drugie najwyższe przychody w lidze (47,5 mln zł). Były one aż o 35% niższe od przychodów Lecha!
- ▶ Najbardziej zdywersyfikowane przychody ma Legia Warszawa
- ▶ Najmniej zadłużone jest KGHM Zagłębie Lubin
- ▶ Najszybciej rosły przychody Lechii Gdańsk
- ▶ Najbardziej swoją sytuację finansową poprawił chorzowski Ruch

Lp.	Nazwa klubu	Zmiana miejsca*
1.	Lech Poznań	0
2.	KGHM Zagłębie Lubin	+4
3.	Cracovia Kraków	+1
4.	Ruch Chorzów	+12
5.	Legia Warszawa	-2
6.	Wisła Kraków	+5
7.	Lechia Gdańsk	0
8.	Śląsk Wrocław	-6
9.	GKS Bełchatów	-4
10.	Korona Kielce	+4
11.	Arka Gdynia	-2
12.	Widzew Łódź	+3
13.	Jagiellonia Białystok	-1
14.	Polonia Warszawa	+3
15.	Podbeskidzie Bielsko-Biała	-
16.	Górnik Zabrze	-6
17.	Polonia Bytom	-9
18.	ŁKS Łódź	-

# Ranking medialności 2010/2011

- ▶ Legia detronizuje Lecha w rankingu medialności. Wygrała 7 na 10 podkategorii tego rankingu.

**Zestawienie medialności jest zdominowane przez kluby Wielkiej Trójki.**

- ▶ Najlepszą średnią frekwencją na stadionie w minionym sezonie mógł się pochwalić Lech Poznań. Druga była Legia, trzecia Wisła
- ▶ Najlepszą oglądalność meczy w Canal+ miała Legia Warszawa. Wisła Kraków zajęła drugie miejsce, Lech trzecie, a Jagiellonia czwarte
- ▶ Najwięcej korzyści dla sponsorów może przynieść obecność na koszulkach „Wojskowych”, „Kolejorza” i „Białej Gwiazdy”.

Lp.	Nazwa klubu	Zmiana miejsca*
1.	Legia Warszawa	+2
2.	Lech Poznań	-1
3.	Wisła Kraków	-1
4.	Jagiellonia Białystok	+4
5.	Śląsk Wrocław	+4
6.	Polonia Warszawa	+7
7.	Lechia Gdańsk	-2
8.	Górnik Zabrze	+8
9.	Widzew Łódź	+9
10.	KGHM Zagłębie Lubin	-4
11.	Cracovia Kraków	+4
12.	Ruch Chorzów	-7
13.	Korona Kielce	-3
14.	Arka Gdynia	-2
15.	GKS Bełchatów	-4
16.	Polonia Bytom	-9
17.	ŁKS Łódź	-
18.	Podbeskidzie Bielsko-Biała	-

# Ranking efektywności 2010/2011

- ▶ Jagiellonia Białystok wygrywa ranking efektywności dzięki bardzo dobrym wynikom sportowym w stosunku do sytuacji finansowej. „Jaga” najmniej płaciła za zdobyty punkt w 2010 roku (wśród klubów Ekstraklasy)
- ▶ Najbardziej wartościową pierwszą jedenastkę miał w minionym sezonie Lech Poznań (druga Wisła, trzecia Legia)
- ▶ Najskuteczniej swój stadion zapełniał Śląsk Wrocław (najlepsza relacja frekwencji do pojemności)
- ▶ Najwięcej karnetów (w relacji do pojemności stadionu) sprzedawały: Jagiellonia, Widzew i Wisła

Lp.	Nazwa klubu	Zmiana miejsca*
1.	Jagiellonia Białystok	+6
2.	Wisła Kraków	+2
3.	Lech Poznań	-2
4.	Legia Warszawa	-2
5.	Widzew Łódź	+10
6.	Lechia Gdańsk	-3
7.	Śląsk Wrocław	+6
8.	Ruch Chorzów	-3
9.	Polonia Warszawa	+1
10.	Górnik Zabrze	+6
11.	KGHM Zagłębie Lubin	+1
12.	Korona Kielce	-6
13.	Podbeskidzie Bielsko-Biała	-
14.	Cracovia Kraków	-3
15.	GKS Bełchatów	-7
16.	ŁKS Łódź	-
17.	Arka Gdynia	-3
18.	Polonia Bytom	-9

---

# Podsumowanie

---

- ▶ W Ekstraklasie trwa rewolucja infrastrukturalna, która w perspektywie kilku lat zdecydowanie uatrakcyjni produkt jakim jest polska piłka klubowa
- ▶ Przychody i budżety klubów polskich i klubów Europy Zachodniej są wciąż nieporównywalne, ale to nie znaczy, że polska piłka musi być działalnością charytatywną . Przykładem „Kolejorz”, do którego właściciele nie muszą dokładać już od 3 lat
- ▶ W zarządzaniu klubem piłkarskim zaczynają się sprawdzać te same zasady co w innych gałęziach biznesu:
  - ▶ Podejście długofalowe do budowania klubu pomimo wielu przeciwności
  - ▶ Dobór odpowiedniej kadry zarządzającej
  - ▶ Marketing i tworzenie mody na klub w regionie
  - ▶ Kontrola kosztów w trudniejszych czasach



**Dziękujemy za uwagę!**

**Pytania?**