

RUCH CHORZÓW

SPÓŁKA AKCYJNA

z siedzibą w Chorzowie
przy ul. Cichej 6

Sprawozdanie Zarządu

za okres obrachunkowy
od 1 lipca 2025 do 30 czerwca 2026 r.

Chorzów, 18 listopad 2026 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 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 nieruchomościami – PKD 68,
i) Działalność firm centralnych (Head ofices); 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 30.06.2026		
	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	1,85%
E	1 000 000	1 000 000 zł	1,23%
F	3 000 000	3 000 000 zł	3,70%
G	1 712 500	1 712 500 zł	2,11%
H	1 064 516	1 064 516 zł	1,31%
I	1 415 693	1 415 693 zł	1,75%
J	2 500 000	2 500 000 zł	3,08%
K	2 500 000	2 500 000 zł	3,08%
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	2,47%
P	1 000 000	1 000 000 zł	1,23%
R	3 500 000	3 500 000 zł	4,32%
S	2 700 000	2 700 000 zł	3,33%
T	2 000 000	2 000 000 zł	2,47%
U	1 000 000	1 000 000 zł	1,23%
W	2 000 000	2 000 000 zł	2,47%
X	21 854 094	21 854 094 zł	26,96%
Y	5 325 338	5 325 338 zł	6,57%
Z	900 000	900 000 zł	1,11%
AA	900 000	900 000 zł	1,11%
AB	2 995 447	2 995 447 zł	3,70%
AC	2 869 467	2 869 467 zł	3,54%
AD	1 600 000	1 600 000 zł	1,97%
AE	1 853 500	1 853 500 zł	2,29%
AF	3 800 000	3 800 000 zł	4,69%
AG	5 766 972	5 766 972 zł	7,12%
AH	315 863	315 863 zł	0,39%
RAZEM	**81 057 376**	**81 057 376**	**100%**

Liczba głosów wynikająca ze wszystkich wyemitowanych akcji wynosiła na dzień 30.06.2026 roku 81.057.376,00. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania kapitał zakładowy Spółki wynosi 81.057.376,00 zł. Ponadto 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 nie występują.

1.5.Zatrudnienie i sytuacja kadrowa

Przeciętne zatrudnienie za okres od 01.07.2025 roku do dnia 30.06.2026 roku w przeliczeniu na etaty wyniosło 20,09. Na dzień 30.06.2026 roku w Spółce było zatrudnionych 19 osób. W okresie od 01.07.2025 r. do 30.06.2026 r. zatrudniono 3 pracowników, a rozwiązano umowy z 4 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

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

W roku obrotowym 2025/2026 wystąpiły następujące istotne zdarzenia, mające wpływ na sytuację majątkową, finansową oraz perspektywy rozwoju Spółki:

1. **Kontynuacja współpracy z PTS ALBA Sp. z o.o.**

W raportowanym okresie zawarto umowę sponsorską z PTS ALBA Sp. z o.o. z siedzibą w Chorzowie. W wyniku zawarcia umowy wieloletnia współpraca Spółki z PTS ALBA Sp. z o.o. jest kontynuowana, dzięki czemu Spółka w okresie obowiązywania umowy, tj. do dnia 31 grudnia 2026 r. otrzymuje wsparcie finansowe w zamian za przyznanie PTS ALBA Sp. z o.o. praw i korzyści marketingowych.
Umowa ta ma istotne znaczenie dla przychodów Spółki oraz potwierdza strategiczny charakter współpracy z PTS ALBA Sp. z o.o.

2. Podwyższenie kapitału zakładowego – emisja akcji serii AH

W okresie sprawozdawczym podjęto działania służące dalszej restrukturyzacji i wzmocnieniu struktury finansowania Spółki.
Podjęto uchwałę o podwyższeniu kapitału zakładowego poprzez emisję 315.863 akcji zwykłych na okaziciela serii AH, z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy. Akcje zostały zaoferowane Urovita Sp. z o.o. w drodze subskrypcji prywatnej po cenie emisyjnej 1,00 zł za akcję.
Kapitał zakładowy podwyższono z kwoty 80.741.513,00 zł do kwoty 81.057.376,00 zł. Pokrycie akcji nastąpiło poprzez konwersję zobowiązań.
W dniu 29 stycznia 2026 r. sąd rejestrowy dokonał rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z kwoty 80.741.513,00 zł do kwoty 81.057.376,00 zł, uwzględniającego emisję akcji serii AH.

3. Rejestracja zmian statutu Spółki

W dniu 29 stycznia 2026 r. Sąd rejestrowy dokonał rejestracji zmiany statutu Spółki dokonanej uchwałą nr 19/12/2025 Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy z dnia 19 grudnia 2025 r.
Zmiana statutu Spółki miała na celu w szczególności wskazanie, iż Spółka jest podmiotem non-profit, tj. nie działa w celu osiągnięcia zysku.

4. Powództwo o stwierdzenie nieważności ewentualnie o uchylenie uchwały nr 19/12/2025

W dniu 6 lutego 2026 r. Spółka otrzymała pozew wniesiony przez Towarzystwo Finansowe „Silesia" Sp. z o.o. z siedzibą w Katowicach o stwierdzenie nieważności ewentualnie o uchylenie uchwały nr 19/12/2025 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy z dnia 19 grudnia 2025 r. w sprawie zmiany statutu Spółki.

5. Nawiązanie współpracy z Chorzowsko-Świętochłowickim Przedsiębiorstwem Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o.

W raportowanym okresie zawarto umowę o współpracy z Chorzowsko-Świętochłowickim Przedsiębiorstwem Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. z siedzibą w Chorzowie.
W wyniku zawarcia umowy Spółka otrzymuje wsparcie finansowe w zamian za wykonanie przez Spółkę na rzecz CHŚPWiK działań o charakterze promocyjnym oraz informacyjno-edukacyjnym w okresie obowiązywania umowy tj. do dnia 31 grudnia 2026 r.
Umowa ta została uznana za istotną z uwagi na poziom planowanych przychodów oraz pozytywny wpływ na stabilność i rozwój działalności operacyjnej Spółki.

6. Dotacja celowa przyznana przez Miasto Chorzów

W raportowanym okresie zawarto z Miastem Chorzów – Miastem na Prawach Powiatu umowę, na mocy której Miasto Chorzów przyznało Spółce dotację celową na realizację celu publicznego pn. „Poprawa warunków uprawiania sportu w klubie sportowym".
Dotacja umożliwia Spółce utrzymanie właściwego poziomu przygotowania sportowego I Drużyny Ruchu Chorzów, zapewnianie odpowiednich warunków treningowych i meczowych oraz realizację procesu szkolenia zgodnie z wymogami współzawodnictwa sportowego.
Umowa została uznana za istotną z uwagi na planowane przychody oraz jej pozytywny wpływ na perspektywy rozwoju Spółki.

1.10. Wynik finansowy Spółki za rok obrotowy 2025/2026

Strata netto wynosi: -8 214 701,30 PLN

Wskaźniki:	30.06.2026	30.06.2025	Komentarz
wskaźnik bieżącej płynności	**0,34**	**0,89**	Wskaźnik znajduje się w przedziale poniżej 1, co oznacza kłopoty z płynnością, tzn. z terminowym regulowaniem zobowiązań. Wskaźnik znacząco pogorszył się w stosunku do roku ubiegłego.
wskaźnik szybki płynności (Quick Ratio)	**0,26**	**0,70**	Wskaźnik znajduje się w przedziale poniżej 1, co oznacza, że istnieje duże zagrożenie bieżącej zdolności firmy do terminowego regulowania zobowiązań.
wskaźnik rotacji należności	**12,67**	**9,63**	Wskaźnik ten wzrósł w stosunku do poprzedniego okresu. Oznacza to poprawę ściągalności należności, czyli szybsze odzyskiwanie środków od kontrahentów. Spółka nie kredytuje swoich kontrahentów.
wskaźnik ogólnego zadłużenia	**143,17%**	**99%**	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. Wartość powyżej 100% oznacza, że zobowiązania przewyższają aktywa przedsiębiorstwa.

1.11. Finansowanie działalności bieżącej

a) pożyczki pieniężne udzielone na rzecz Spółki
Saldo pozostających do zapłaty pożyczek i kredytów na dzień bilansowy wynosi 14 554 847,63 złotych.
b) przychody z działalności operacyjnej wyniosły 22 249 582,85 zł, w tym 4 051 944,30 zł z tytułu sprzedaży towarów i materiałów.

1.12. Realizacja zobowiązań względem Urzędu Skarbowego oraz Zakładu Ubezpieczeń Społecznych

Na dzień bilansowy 30.06.2026 r. Spółka posiadała zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób fizycznych, z tytułu podatku VAT oraz do ZUS w łącznej wysokości 685 563,35 zł.

1.13. Istotne ryzyka

1. Ryzyko nieosiągnięcia sukcesu sportowego

W sezonie 2025/2026 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 2026 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 renegocjacji 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 poniższym 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.



1.14 Wyniki I Drużyny Ruchu Chorzów

Sezon 2025/2026 pierwszy zespół Ruchu Chorzów rozpoczął od przygotowań do kolejnej edycji rozgrywek Betclic 1 Ligi. Celem sportowym było włączenie się do walki o czołowe lokaty i wywalczenie miejsca premiowanego udziałem w barażach o awans do Ekstraklasy. Drużyna przystąpiła do sezonu pod wodzą trenera Dawida Szulczka.

Przygotowania do rozgrywek obejmowały zgrupowanie w Busku-Zdroju oraz treningi na własnych obiektach. W ramach sparingów Ruch odniósł wysokie zwycięstwa nad Pogonią Staszów (4:0) i Wisłą Wielką (7:0), zremisował z Puszczą Niepołomice (1:1), a następnie przegrał z Wisłą Kraków (0:2).
W letnim okienku transferowym doszło do istotnej przebudowy kadry. Do zespołu dołączyli m.in. Tomasz Bała, Piotr Ceglarz, Marko Kolar, Aleksander Komor, Shuma Nagamatsu, Patryk Szwedzik i Przemysław Szymiński. Drużynę opuścili natomiast m.in. Bartłomiej Barański, Filip Borowski, Miłosz Kozak, Jakub Myszor i Soma Novothny. Zmiany miały na celu wzmocnienie rywalizacji o miejsce w składzie i dostosowanie kadry do wymagań pierwszoligowych rozgrywek.

Początek sezonu przyniósł remis z Puszczą Niepołomice i zwycięstwo nad Górnikiem Łęczna. Kolejne tygodnie były jednak mniej udane. Po serii niezadowalających wyników Zarząd Klubu zdecydował o zakończeniu współpracy z trenerem Dawidem Szulczkiem. Nowym szkoleniowcem Niebieskich został Waldemar Fornalik, który objął zespół wraz z nowym sztabem trenerskim.

Zmiana szkoleniowca przyniosła poprawę wyników. We wrześniu Ruch pokonał ŁKS Łódź i Chrobrego Głogów, jednak jednocześnie niespodziewanie odpadł z Pucharu Polski po porażce z Avią Świdnik. Na zakończenie III kwartału drużyna zajmowała siódme miejsce w tabeli z dorobkiem 16 punktów.

Końcówka rundy jesiennej była dla zespołu bardziej udana. W IV kwartale 2025 roku Ruch rozegrał osiem spotkań ligowych, zdobywając 14 punktów. Ważne zwycięstwa nad GKS-em Tychy, Miedzią Legnica, Puszczą Niepołomice i Górnikiem Łęczna pozwoliły zakończyć rundę na ósmym miejscu w tabeli Betclic 1 Ligi. Po 19 kolejkach Niebiescy mieli na koncie 30 punktów.

Po przerwie świąteczno-noworocznej drużyna wróciła do treningów 5 stycznia 2026 roku. Przygotowania do rundy wiosennej obejmowały zajęcia w Chorzowie, zgrupowanie w Wałbrzychu oraz cztery mecze kontrolne. Przed rundą rewanżową kadrę uzupełnili m.in. Jakub Jendryka, Max Watson i Jakub Domagała, natomiast z zespołem pożegnali się Tomasz Bała, Jakub Sobeczko, Maciej Żurawski i Jose Antonio Delgado Villar.

Runda wiosenna rozpoczęła się remisem ze Śląskiem Wrocław (2:2). W kolejnych miesiącach Ruch przeplatał zwycięstwa mniej udanymi występami. W marcu drużyna zdobyła cztery punkty, natomiast kwiecień przyniósł trzy remisy i porażkę, co utrudniło walkę o miejsce w strefie barażowej.
Maj był ostatnią szansą na poprawienie pozycji w tabeli. Ruch odniósł trzy zwycięstwa z rzędu, pokonując Odrę Opole, GKS Tychy i Miedź Legnica, jednak sezon zakończył porażką ze Zniczem Pruszków.

Ostatecznie sezon 2025/2026 Ruch Chorzów zakończył na siódmym miejscu w tabeli Betclic 1 Ligi z dorobkiem 53 punktów. W 34 spotkaniach zespół odniósł 14 zwycięstw, 11 razy remisował i poniósł 9 porażek, uzyskując bilans bramkowy 54–46. Pomimo dobrej końcówki rozgrywek drużynie nie udało się wywalczyć miejsca premiowanego udziałem w barażach o awans do Ekstraklasy.
Po zakończeniu sezonu zawodnicy udali się na urlopy, a przygotowania do kolejnych rozgrywek rozpoczęły się 19 czerwca 2026 roku. Po badaniach medycznych i testach funkcjonalnych drużyna rozpoczęła treningi na własnych obiektach, a następnie udała się na zgrupowanie do Wałbrzycha. Pierwszym sprawdzianem był mecz kontrolny z Unią Oświęcim, zakończony wysokim zwycięstwem Ruchu 6:0.

Miniony sezon był okresem zmian kadrowych i szkoleniowych oraz walki o powrót do Ekstraklasy. Zdobyte doświadczenia i wnioski stanowią podstawę do dalszej pracy nad budową zespołu, który w kolejnych rozgrywkach będzie mógł skuteczniej rywalizować o najwyższe cele sportowe.

1.15 Ruch II Chorzów

W sezonie 2025/2026 drużyna rezerw Ruchu Chorzów występowała w 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. Kadrę 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 dotarły do ćwierćfinału, eliminując po drodze Józefkę Chorzów, a następnie ulegając Uranii Ruda Śląska. 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.

Sezon ligowy 2025/2026 zespół Ruchu II Chorzów zakończył na pierwszym miejscu w tabeli V ligi Klasy Okręgowej „Sosnowiec–Katowice", zdobywając 64 punkty w 30 meczach (20 zwycięstw, 4 remisy, tylko 6 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. Dodatkowo awans do IV ligi spowodował, że w kolejnym sezonie utalentowana młodzież w naszym klubie będzie miała możliwość weryfikacji swoich umiejętności na wyższym poziomie.



1.16 Akademia Piłkarska

W roku obrotowym 2025/2026 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 15 drużyn, natomiast wiosną 13 zespołów w siedmiu kategoriach wiekowych, w tym trzy drużyny dziewcząt rywalizujące w rozgrywkach ligowych.

Równolegle prowadzono grupy naborowe roczników 2016 – 2021, w których udział brało każdorazowo ponad 200 dzieci, a łączna liczba zawodników „Niebieskiej" młodzieży sięgała ponad 400 osób, przypisanych do 18 grup treningowych. Za proces szkolenia odpowiadał rozbudowany sztab liczący 22 trenerów piłki nożnej, 4 trenerów bramkarzy, 1 trener przygotowania motorycznego oraz 1 fizjoterapeuta.

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, znakomicie spisali się w I Lidze Wojewódzkiej, awansując do Makroregionalnej Ligi Juniorów Starszych. W rozgrywkach makroregionalnych zakończyli sezon na czwartym miejscu. Dodatkowo druga drużyna u19 wygrała swoje rozgrywki w II lidze Wojewódzkiej. 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. Równolegle z niezłej strony zaprezentował się zespół U17 w II Lidze Wojewódzkiej, kończąc sezon na szóstym miejscu, 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 u16 wygrała swoją I ligę wojewódzką B2 podobnie jak ich koledzy z drużyny U15, którzy tryumfowali w II Lidze Wojewódzkiej Trampkarzy. Zespół U14 ukończył rozgrywki I Ligi Wojewódzkiej na ostatnim miejscu w tabeli co było bardzo dobrą lekcją dla młodych zawodników.
W kategorii młodzików na wyróżnienie zasługuje drużyna U13, która zajęła drugie miejsce w II Lidze Wojewódzkiej z dwupunktową stratą do lidera. Młodzicy młodsi U12 triumfowali w III Lidze Wojewódzkiej, osiągając bardzo wysoki bilans bramkowy i mając najbardziej szczelną defensywę.

Jednocześnie Akademia rozwijała piłkę dziewczęcą. Najstarsza drużyna U16 uplasowała się na ósmym miejscu w I Śląskiej Lidze Juniorek Młodszych. Drużyna młodziczek U13 zajęła szóste miejsce, a druga drużyna dziewczęca zdobywała doświadczenie w II Lidze Wojewódzkiej notując sukces w postaci drugiego miejsca i najlepszej ofensywy w lidze.
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 całym sezonie zespoły Akademii rozegrały blisko pięćset 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.

Pod koniec sezonu nasi zawodnicy otrzymali powołania. Na szczególne wyróżnienie zasługuje powołanie Leny Karcz na Letnią Akademię Młodych Orłów PZPN. Natomiast do kadry Śląska chłopców u12 został powołany zawodnik z rocznika 2013 - Tymoteusz Sarzyński, który w Mistrzostwach Polski zdobył złoty medal.



1.17 Obszar pozasportowy

Marketing i biznes

Sezon 2025/2026 był okresem intensywnych działań marketingowych i biznesowych Ruchu Chorzów, ukierunkowanych na wzmacnianie rozpoznawalności marki Klubu, rozwój współpracy ze sponsorami i partnerami oraz budowanie relacji z Kibicami i lokalną społecznością. Podejmowane inicjatywy obejmowały pozyskiwanie nowych partnerów, przedłużanie dotychczasowych umów, promocję meczów i sprzedaży biletów, rozwój oferty sklepu klubowego, a także projekty społeczne i wizerunkowe. Istotną rolę odgrywała również komunikacja w mediach społecznościowych, w tym wykorzystanie niestandardowych form promocji i płatnych kampanii reklamowych.

W III kwartale 2025 roku Klub koncentrował się na rozwijaniu relacji biznesowych oraz działaniach skierowanych bezpośrednio do Kibiców. Kontynuowano współpracę z dotychczasowymi sponsorami i partnerami, w tym firmą Marex oraz Centrum Medycznym Urovita, a także wieloma firmami regionalnymi i ogólnopolskimi. Zorganizowano również spotkanie biznesowe w formie śniadania, we współpracy z firmą Daktela, które stanowiło okazję do integracji i nawiązywania nowych kontaktów.
Równolegle prowadzono działania promujące mecze, sprzedaż karnetów i biletów oraz rozwijano ofertę produktów klubowych. Wprowadzano kolejne kolekcje odzieży i gadżetów, a spotkania z zawodnikami w punktach sprzedaży łączono z premierami produktów i promocjami biletowymi. Klub wykorzystywał także lokalne wydarzenia, prezentacje drużyny i inicjatywy regionalne do bezpośredniego kontaktu z Kibicami.

W IV kwartale 2025 roku Klub kontynuował rozwój sieci partnerów biznesowych. Nawiązano współpracę z Chorzowskim Centrum Kultury, a w listopadzie Grupę BTLA, która dołączyła do grona Sponsorów Premium Ruchu Chorzów. Partnerem Klubu została również firma Team Keeper. Przedłużono ponadto umowy z dotychczasowymi partnerami: Grupą TRS, Aplamedia i Terra. Przedstawiciele Ruchu uczestniczyli także w Forum Regionów Przyszłości, biorąc udział w dyskusji dotyczącej współpracy środowisk sportowych, biznesowych i samorządowych.
W działaniach skierowanych do Kibiców szczególne miejsce zajęła akcja „Ruch w Szkole", w ramach której piłkarze i przedstawiciele Klubu odwiedzali placówki edukacyjne w regionie, rozmawiając z uczniami o sporcie, aktywności fizycznej oraz historii Niebieskich. W listopadzie przeprowadzono kampanię sprzedażową „Blue Week", a z okazji Barbórki przygotowano limitowane produkty nawiązujące do górniczych tradycji regionu, w tym specjalne koszulki meczowe i gadżety.

W grudniu kontynuowano promocję oferty sklepu klubowego za pośrednictwem internetowego kalendarza adwentowego, w ramach którego codziennie publikowano kolejne promocje. Ważnym wydarzeniem kończącym rok była również tradycyjna Niebieska Wigilia Ruchu Chorzów. Podczas uroczystości zaprezentowano i oficjalnie przekazano Klubowi nowy sztandar, podkreślając znaczenie tradycji i tożsamości Ruchu.

W I kwartale 2026 roku Klub kontynuował rozwój współpracy biznesowej. Przedłużono umowę ze Sponsorem Strategicznym – firmą ALBA Chorzów – oraz z partnerami Elektroimpulsd, BWG Climatic i Intercraft. Do grona partnerów dołączyły firmy Fosa Ochrona oraz Wodadlafirmy.pl, która została kompleksowym dostawcą wody dla I drużyny i Centrum Szkolenia Ruchu Chorzów. W marcu odbyło się spotkanie biznesowe poświęcone m.in. szkoleniu dzieci i młodzieży oraz działalności Centrum Szkolenia, będące również okazją do prezentacji nowych partnerów i nawiązywania kontaktów biznesowych.
W obszarze komunikacji z Kibicami rozpoczęto kampanię sprzedaży karnetów na rundę wiosenną, wykorzystując m.in. humorystyczny materiał wideo opublikowany tuż po Nowym Roku. Kontynuowano także akcję „Ruch w Szkole", a w Mikołowie zorganizowano spotkanie z zawodnikami i przedstawicielami sztabu szkoleniowego. W lutym odbyła się tradycyjna prezentacja drużyny w hali MORiS, a Klub zaprezentował nową odsłonę magazynu „Czas na Szpil".
Ważnym elementem działań były również inicjatywy społeczne i promocyjne, takie jak „Chorzowskie Psy", z której dochód przeznaczono na rzecz podopiecznych schroniska „Psikot", oraz „Adlerkowe ferie", skierowane do najmłodszych Kibiców. W marcu rozwinięto format spotkań z zawodnikami „Piłkarze za ladą" oraz przeprowadzono promocje z okazji Dnia Kobiet i Dnia Mężczyzn.
W tym okresie Klub szerzej wykorzystywał również płatne kampanie reklamowe Meta Ads, wspierające sprzedaż biletów i produktów klubowych oraz promocję przekazania 1,5% podatku na rzecz Centrum Szkolenia Ruchu Chorzów. Pod koniec marca rozpoczęto kampanię promującą pakiet czterech biletów na domowe spotkania Ruchu, obejmujący również Mecz Mistrzów z Wisłą Kraków. W ramach akcji sprzedano ponad 700 pakietów.

W II kwartale 2026 roku kontynuowano rozwój relacji biznesowych i aktywizację partnerów. Ważnym wydarzeniem był Mecz Mistrzów Ruch Chorzów – Wisła Kraków, który stał się okazją do promocji marek partnerów i integracji środowiska biznesowego wokół Klubu. W organizację i aktywizację wydarzenia zaangażowały się m.in. ALBA, STS, Chorzowskie Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji, Superauto.pl, Legendia, Saturn Fitness oraz Miasto Chorzów. W tym okresie podpisano również umowy o współpracy z Chorzowskim Przedsiębiorstwem Wodociągów i Kanalizacji, Klimowicz Finanse – Anna Klimowicz, DGE Sp. z o.o., Asvending oraz ING Silesia Beats.
Największym wydarzeniem marketingowym kwartału był Mecz Mistrzów z Wisłą Kraków, który zgromadził na trybunach ponad 53 tysiące Kibiców. Klub przygotował szeroką kampanię promocyjną, obejmującą materiały graficzne i wideo, działania reklamowe oraz aktywności partnerów. Po spotkaniu opublikowano obszerny raport marketingowy przedstawiający działania realizowane wokół wydarzenia. W kolejnych tygodniach kontynuowano promocję meczów ligowych, wykorzystując również niestandardowe formy komunikacji i real-time marketing. Dużym zainteresowaniem cieszyły się materiały wideo i publikacje nawiązujące do aktualnych trendów internetowych.
Równolegle rozwijano inicjatywy skierowane do Kibiców. Kontynuowano format „Piłkarze za ladą", umożliwiający bezpośrednie spotkania zawodników z odbiorcami w klubowych sklepach. Prowadzono także działania w placówkach edukacyjnych oraz inicjatywy dla dzieci i rodzin, w tym udział w wydarzeniu „Niebieski Bajtel". Z okazji 106. rocznicy powstania Klubu, wspólnie ze Stowarzyszeniem Kibiców Wielki Ruch, zrealizowano akcję #106na106, w ramach której rozdysponowano 106 okolicznościowych szalików. Kontynuowano również cykl „Poznaj Niebieską Legendę", przybliżający sylwetki osób związanych z historią Ruchu.

Istotnym obszarem działań pozostawały projekty społeczne i charytatywne. Klub wsparł ogólnopolską akcję Fundacji „Cancer Fighters", umieszczając jej logotyp na koszulkach meczowych, które po spotkaniu zostały przekazane na licytację. Kontynuowano również kampanię zachęcającą do przekazania 1,5% podatku na rzecz Centrum Szkolenia Ruchu Chorzów.
W maju i czerwcu prowadzono działania promujące ofertę sklepu klubowego, w tym specjalne promocje z okazji Dnia Matki, Dnia Dziecka i Dnia Ojca. Ważnym projektem była także prezentacja specjalnej koszulki meczowej z okazji Dnia Hutnika, nawiązującej do przemysłowych korzeni Chorzowa i tradycji Ruchu.

Pod koniec sezonu rozpoczęto kampanię sprzedaży karnetów na kolejne rozgrywki, wspartą dedykowanym materiałem wideo. Klub informował również o pierwszych ruchach transferowych i przygotowaniach drużyny do nowego sezonu. Rozwijano ofertę wakacyjną Centrum Szkolenia, promując inicjatywy „Wakacje z Ruchem" i „Lato z Ruchem". Jednym z ostatnich projektów kwartału była inicjatywa zmiany wyglądu autokaru pierwszej drużyny, realizowana wspólnie ze Sponsorem Strategicznym STS i stowarzyszeniem Wielki Ruch, w ramach której Kibice mogli głosować na jeden z przygotowanych projektów.

Sprzedaż gadżetów

W roku obrotowym 2025/2026 działalność sprzedażowa Ruchu Chorzów obejmowała rozwój oferty oficjalnych produktów klubowych, realizację akcji promocyjnych oraz obsługę kibiców w sklepach stacjonarnych, sklepie internetowym i podczas wydarzeń. Asortyment uzupełniano zgodnie z kalendarzem sportowym i sezonowymi okazjami zakupowymi.

Początek sezonu przyniósł premierę koszulek meczowych 2025/2026 z indywidualnym wzorem, udostępnionych najpierw online w specjalnym pudełku, a następnie stacjonarnie. Ofertę poszerzyły koszulki bramkarskie, odzież adidas i Orlovski, akcesoria szkolne oraz personalizowane kubki dzielnicowe. Powróciły również szaliki upamiętniające pożegnanie Cichej. Spotkania z zawodnikami i obecność na lokalnych wydarzeniach wspierały bezpośredni kontakt z kibicami.

W drugim kwartale roku obrotowego rozwijano ofertę kolekcjonerską i prezentową. Wprowadzono m.in. odznaki upamiętniające ostatni mecz przy Cichej, pinsy legend, mystery boxy oraz produkty barbórkowe. Akcja „Blue Weekend" obejmowała rabaty do 30%, a grudniowy kalendarz promocyjny wspierał zakupy świąteczne. Dostępność sprzedaży stacjonarnej zwiększono przez wydłużenie godzin otwarcia Strefy Kibiców i otwarcie jej w soboty. Kwartał zamknęła premiera numerowanych piłek retro.

W okresie styczeń–marzec 2026 r. rozszerzano asortyment akcesoriów, w tym etui do telefonów i głośników bezprzewodowych. Przygotowano ofertę na Dzień Babci i Dziadka, walentynki oraz Dzień Kobiet i Dzień Mężczyzn. Kolejne premiery obejmowały kubki latte, pinsy legend i poduszki z zawodnikami. Sprzedaż kubków „Chorzowskie Psy" powiązano ze wsparciem schroniska Psikot. Dział uzupełniał działania sklepowe obecnością na wydarzeniach i jarmarku wielkanocnym oraz spotkaniami „Piłkarze za ladą".

W ostatnim kwartale szczególne znaczenie miała obsługa „Meczu Mistrzów" z Wisłą Kraków 19 kwietnia 2026 r., który zgromadził 53 314 widzów. Przygotowane punkty oferowały podstawowy asortyment i gadżety okolicznościowe. Wiosenne akcje objęły Dzień Hutnika, Dzień Matki, Dzień

Dziecka i Dzień Ojca, z rabatami do 30%. Limitowana koszulka hutnicza w nakładzie 227 egzemplarzy została w całości sprzedana.

Całoroczny program premier obejmował zarówno produkty codziennego użytku, jak i serie kolekcjonerskie oraz ofertę sezonową. Sprzedaż łączono ze spotkaniami z drużyną, wydarzeniami lokalnymi i obecnością na stadionie. Działania te tworzyły kolejne okazje zakupowe i pozwalały docierać do kibiców przez kilka kanałów. Ocena rentowności poszczególnych akcji wymaga zestawienia ich przychodów z kosztami organizacji, produkcji i obsługi.

Sprzedaż biletów

W okresie od 1 lipca 2025 roku do 30 czerwca 2026 roku Spółka prowadziła sprzedaż biletów, pakietów meczowych i karnetów na sezon 2025/2026 oraz rozpoczęła sprzedaż karnetów na sezon 2026/2027, realizując działania ukierunkowane na optymalizację przychodów i utrzymanie wysokiego poziomu frekwencji na meczach domowych Ruchu Chorzów.

W ramach prezentacji drużyny w Siemianowicach Śląskich przygotowano specjalną ofertę - 20% rabatu na bilety na pierwszy mecz ligowy z Górnikiem Łęczna, skierowaną do uczestników wydarzenia. Dynamiczny wzrost liczby karnetowiczów potwierdził skuteczność działań marketingowych.

Równolegle prowadzono szereg akcji promocyjnych wspierających sprzedaż biletów. Podczas spotkań kibiców z piłkarzami w sklepach stacjonarnych oferowano 30% rabatu na bilety, a z okazji rozpoczęcia roku szkolnego, wprowadzono rabat w wysokości 10 zł na bilety dla uczniów. Dodatkowo, dla kibiców, którzy od początku sezonu 2025/2026 nie uczestniczyli jeszcze w żadnym meczu domowym, przygotowano 25% zniżkę na bilety na spotkanie z Chrobrym Głogów. Zniżki przygotowano również z okazji Międzynarodowego Dnia Studenta, Dnia Kobiet, Mężczyzn czy w ramach akcji „BlueWeekend".

W III kwartale 2025 roku mecze domowe zgromadziły następującą liczbę widzów: Ruch Chorzów - Górnik Łęczna (27.07.2025) - 10 579 widzów, Ruch Chorzów - Pogoń Siedlce (08.08.2025) - 10 153 widzów, Ruch Chorzów - Stal Rzeszów (20.08.2025) - 9 247 widzów, Ruch Chorzów - Polonia Bytom (24.08.2025) - 20 293 widzów, Ruch Chorzów - ŁKS Łódź (14.09.2025) - 10 785 widzów oraz Ruch Chorzów - Chrobry Głogów (22.09.2025) - 10 020 widzów.

Pod koniec września wprowadzono do sprzedaży czteropak obejmujący cztery ostatnie mecze ligowe w 2025 roku (GKS Tychy, Miedź Legnica, Znicz Pruszków, Puszcza Niepołomice. Produkt spotkał się z pozytywnym odbiorem kibiców, co znalazło odzwierciedlenie w wynikach sprzedażowych.
W IV kwartale 2025 roku drużyna rozegrała cztery mecze domowe, które wygenerowały następujące poziomy frekwencji: Ruch Chorzów - GKS Tychy (31.10) - 10 368 widzów, Ruch Chorzów - Miedź Legnica (07.11) - 9 346 widzów, Ruch Chorzów - Znicz Pruszków (23.11) - 9 689 widzów oraz Ruch Chorzów - Puszcza Niepołomice (29.11) - 7 518 widzów. Jednocześnie, w okresie poprzedzającym Święta Bożego Narodzenia, Spółka uruchomiła sprzedaż karnetów na rundę wiosenną sezonu 2025/2026, rozszerzając ofertę dla kibiców.

W I kwartale 2026 roku kontynuowano sprzedaż wejściówek oraz karnetów na rundę wiosenną sezonu 2025/2026. W okresie od 1 stycznia do 31 marca 2026 roku sprzedano 375 karnetów.

Drużyna rozegrała trzy mecze domowe na Superauto.pl Stadionie Śląskim, które wygenerowały następujące poziomy frekwencji: Ruch Chorzów - Śląsk Wrocław - 17 089 widzów, Ruch Chorzów - Polonia Warszawa - 8 658 widzów oraz Ruch Chorzów - Stal Mielec - 10 078 widzów.

W ramach kolejnych działań marketingowych i aktywizacyjnych Klub przeprowadził szereg akcji promocyjnych wspierających sprzedaż biletów. Z okazji Dnia Babci i Dziadka uruchomiono promocję zapewniającą 50-procentowy rabat na bilety ulgowe 65+. Dodatkowo podczas transmisji sparingu ze Śląskiem II Wrocław obowiązywała promocja biletowa, z której skorzystało ponad 300 kibiców.
W dniu 30 stycznia 2026, z okazji 8. urodzin Wielkiego Ruchu, Stowarzyszenie wraz z Klubem przygotowało dla członków zniżkę w wysokości 19,20% na bilety na mecz ze Śląskiem Wrocław.
W dniu 23 marca 2026 rozpoczęto sprzedaż biletów na Mecz Mistrzów z Wisłą Kraków. Karnetowicze otrzymali możliwość uprawnienia maksymalnie pięciu osób do zakupu biletów z 25-procentowym rabatem. W ciągu pierwszych 24 godzin sprzedaży sprzedano łącznie 2 500 biletów i czteropaków. Z kolei dzieci w wieku 4-14 lat mogły przez cały okres sprzedaży nabywać bilety na sektor rodzinny z 50-procentowym.

We współpracy ze Stowarzyszeniem Wielki Ruch 106 na 106 przeprowadzono akcję promocyjną skierowaną do kibiców wybierających się na Mecz Mistrzów. Posiadacze specjalnych voucherów mogli skorzystać z oferty, w ramach której przy zakupie jednego biletu drugi był za symboliczną złotówkę.

W II kwartale 2026 roku Spółka koncentrowała się na maksymalizacji frekwencji podczas decydujących spotkań sezonu 2025/2026 oraz rozpoczęciu sprzedaży karnetów na nowy sezon. Kontynuowano sprzedaż biletów na mecze domowe oraz prowadzono działania promocyjne wspierające zainteresowanie ofertą Klubu.

Drużyna rozegrała trzy mecze domowe, które zgromadziły następującą liczbę widzów: Ruch Chorzów - Wieczysta Kraków (11 kwietnia 2026 r.) - 9 284 widzów, Ruch Chorzów - Wisła Kraków (19 kwietnia 2026 r.) - 53 314 widzów oraz Ruch Chorzów - Odra Opole (3 maja 2026 r.) - 11 244 widzów.

Po zakończeniu sezonu rozpoczęto działania związane z przygotowaniem sprzedaży karnetów na rozgrywki 2026/2027. Podobnie jak w latach ubiegłych utrzymano dotychczasowe ceny dla kibiców posiadających karnety w poprzednim sezonie. Zainteresowanie ofertą utrzymywało się na wysokim poziomie. Na koniec czerwca sprzedaż wyniosła około 2 000 abonamentów na sezon 2026/2027.
Realizowane w okresie sprawozdawczym działania sprzedażowe i marketingowe wspierały sprzedaż biletów i karnetów oraz zainteresowanie wydarzeniami sportowymi organizowanymi przez Ruch Chorzów. Potwierdzeniem zainteresowania ofertą Klubu była rekordowa frekwencja podczas Meczu Mistrzów z Wisłą Kraków oraz bardzo dobry początek sprzedaży karnetów na sezon 2026/2027.

1.18 Strategia Spółki, założenia i plany na okres lipiec 2026 - czerwiec 2027

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 2026/2027
Awans pozostaje najważniejszym celem sportowym, determinującym długoterminowy rozwój Spółki, możliwość zwiększenia przychodów oraz utrzymanie wysokiego poziomu zaangażowania kibiców, sponsorów i partnerów biznesowych.

3. Redukcja kosztów
Z kolei najważniejszym celem finansowym pozostanie redukcja i optymalizacja kosztów działalności Spółki. W tym celu zostanie przeprowadzona szczegółowa analiza struktury wydatków, ze szczególnym uwzględnieniem kosztów związanych z funkcjonowaniem I Drużyny. Na podstawie jej wyników zostaną zidentyfikowane obszary, w których możliwe będzie ograniczenie ponoszonych wydatków, a następnie wdrożone odpowiednie działania organizacyjne i finansowe zmierzające do ich redukcji. Priorytetem będzie poprawa efektywności finansowej, utrzymanie dyscypliny budżetowej oraz zapewnienie stabilności 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. 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 2026/2027 pozwoli na dalszą poprawę sytuacji sportowej i finansowej Klubu, wzmacniając stabilność funkcjonowania Ruchu Chorzów w długim horyzoncie czasowym.

Prezes Zarządu

Seweryn Siemianowski

2. 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 informację korporacyjną internetową i zamieszcza na niej: 3.1. podstawowe informacje o spółce i jej działalności (strona startowa),	tak	
	3.2. opis działalności emitenta ze wskazaniem rodzaju działalności, z której Emitent uzyskuje najwięcej przychodów,	tak, w części	Informacje znajdują się na stronie, jednakże bez konkretnych informacji, z której działalności uzyskuje najwięcej 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, które w ocenie emitenta ma istotne znaczenie dla wykonywania przez Autoryzowanego Doradcę swoich obowiązków, Emitent niezwłocznie powiadamia o tym fakcie Autoryzowanego Doradcę.	nie dotyczy	
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	tak	

	w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie walnego zgromadzenia.		
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	nie	Spółka nie przesyła raportów miesięcznych, skupia się na komunikacji z inwestorem przez przesyłanie raportów kwartalnych i raportów bieżących.

	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.		
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		

Signature Not Verified

Dokument podpisany przez Seweryn Siemianowski
Data: 2026.11.18 13:01:27 CET