

RB ESPI 5/2026

Data sporządzenia: 2026-04-15

Temat: Informacja o przychodach netto ze sprzedaży Emitenta za 03.2026 r.

Podstawa prawna: art. 17 ust. 1 MAR – informacje poufne

Treść:

Zarząd Kolejkowo S.A. z siedzibą w Jeleniej Górze [dalej: Spółka, Emitent] informuje, iż w dniu 15 kwietnia 2026 r. otrzymał informację o uzyskanych przychodach netto ze sprzedaży osiągniętych w okresie marzec 2026 r. oraz narastająco od początku 2026 r. Przedstawione dane finansowe za 2026 r. są szacunkowe i nie są zbadane przez biegłego rewidenta.

W raportowanym okresie Spółka osiągnęła przychody netto ze sprzedaży biletów, gadżetów, usług gastronomicznych i pozostałe na poziomie **1 095 942,61 zł**, co oznacza **wzrost o 25% r/r** w porównaniu do marca 2025 r., kiedy przychody te wyniosły 876 720,44 zł.

Ponadto narastająco od początku 2026 r. Emitent osiągnął przychody netto ze sprzedaży na poziomie **6 112 260,98 zł**, co stanowi **wzrost o 52% r/r** w porównaniu do analogicznego okresu 2025 r., gdy przychody te wyniosły 4 019 771,75 zł.

Zgodnie z opinią Zarządu, głównym czynnikiem wzrostu przychodów w marcu 2026 r. była działalność wystawy Kolejkowo Warszawa. Jednocześnie marzec jest ostatnim miesiącem, w którym dane porównawcze nie obejmują przychodów z tej lokalizacji. Należy również wskazać, że w branży turystycznej marzec tradycyjnie należy do okresów o niższej odwiedzalności. W tym kontekście pozostałe lokalizacje Spółki, w szczególności Kolejkowo Wrocław oraz Gliwice, odnotowały spadek przychodów w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Pomimo tego Emitent odnotował bardzo dobre wyniki w całym okresie styczeń–marzec 2026 r., osiągając istotny wzrost przychodów rok do roku. W ocenie Zarządu potwierdza to zasadność dywersyfikacji geograficznej działalności, w tym uruchomienia wystawy w Warszawie w kwietniu 2025 r. oraz realizacji planów związanych z otwieraniem kolejnych lokalizacji.

W marcu Spółka koncentrowała działania marketingowe na komunikacji wspierającej okres przejściowy pomiędzy sezonem ferii zimowych a okresem wiosennego wzrostu ruchu turystycznego. Prowadzone kampanie w mediach społecznościowych utrzymywały wysokie poziomy zasięgów oraz zaangażowania użytkowników. Działania marketingowe obejmowały również współprace z partnerami i twórcami internetowymi oraz realizację materiałów wideo promujących ofertę Spółki, co przełożyło się na stabilny poziom odwiedzalności w kluczowych lokalizacjach, przy uwzględnieniu sezonowo niższego popytu.

Zarząd Emitenta zdecydował o publikacji powyższej informacji z uwagi na fakt, iż może mieć ona istotny wpływ na kształtowanie się sytuacji finansowej i majątkowej Emitenta oraz

potencjalnie istotny wpływ na wycenę instrumentów finansowych Spółki notowanych w alternatywnym systemie obrotu.

Osoby reprezentujące Spółkę:

Jakub Paczyński

Prezes Zarządu