

Informacja prasowa
23 kwietnia 2009

Wyniki Megapanel PBI/Gemius za luty 2009

Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. (PBI) i firma badawcza Gemius SA, współpracujące w zakresie realizacji badania „Megapanel PBI/Gemius” - standardu pomiaru oglądalności witryn i aplikacji internetowych w Polsce, opublikowały **wyniki za luty 2009**.

Ranking witryn według zasięgu miesięcznego				
lp.	nazwa	zasięg	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1	Google	85,58%	13 784 423	
2	Onet.pl	61,18%	9 854 251	tak
3	nasza-klasa.pl	57,31%	9 230 430	
4	Wirtualna Polska	54,19%	8 728 910	tak
5	Allegro.pl	49,63%	7 993 073	
6	o2.pl	48,55%	7 819 919	tak
7	INTERIA.PL	48,03%	7 735 751	tak
8	Gazeta.pl	47,36%	7 627 919	tak
9	youtube.com	44,54%	7 173 529	
10	wikipedia.org	39,81%	6 411 731	
11	Microsoft	31,53%	5 079 141	
12	Grupa GG Network	28,43%	4 579 447	tak
13	mozilla.com	26,08%	4 201 454	
14	Grupa Fotka.pl	22,13%	3 564 322	tak**
15	pf.pl	19,00%	3 061 083	tak
16	Money.pl	18,95%	3 052 709	tak
17	Grupa IDG	18,77%	3 023 362	tak
18	dobreprogramy.pl	18,73%	3 017 465	tak
19	gry.pl	18,67%	3 007 079	
20	MSN	18,36%	2 957 920	
Ranking witryn według miesięcznej liczby odsłon				
lp.	nazwa	liczba odsłon	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1	nasza-klasa.pl	11 952 798 792	9 230 430	
2	Allegro.pl	4 672 346 703	7 993 073	
3	Google	4 217 146 764	13 784 423	
4	Onet.pl	3 908 375 857	9 854 251	tak
5	Wirtualna Polska	2 459 168 300	8 728 910	tak
6	Grupa Fotka.pl	1 411 100 194	3 564 322	tak**
7	INTERIA.PL	1 240 078 858	7 735 751	tak
8	o2.pl	1 226 955 396	7 819 919	tak
9	youtube.com	1 134 146 347	7 173 529	
10	travian.pl	1 010 379 388	2 381 325	

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, luty 2009

Ranking witryn według miesięcznego czasu

lp.	nazwa	czas [godz]	średni czas na użytkownika [godz:min:s]	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1	nasza-klasa.pl	149 845 145,40	16:14:02	9 230 430	
2	Google	96 433 738,80	06:59:45	13 784 423	
3	Onet.pl	67 001 882,15	06:47:57	9 854 251	tak
4	Wirtualna Polska	46 844 819,21	05:22:00	8 728 910	tak
5	Allegro.pl	46 747 112,32	05:50:54	7 993 073	
6	o2.pl	32 764 292,16	04:11:23	7 819 919	tak
7	youtube.com	31 289 440,31	04:21:42	7 173 529	
8	INTERIA.PL	28 758 439,33	03:43:03	7 735 751	tak
9	Gazeta.pl	14 183 248,43	01:51:34	7 627 919	tak
10	Grupa Fotka.pl	12 744 841,88	03:34:32	3 564 322	tak**
11	gry.pl	9 361 763,63	03:06:48	3 007 079	
12	wyspagier.pl	6 561 248,55	03:46:30	1 738 036	
13	Grupa GG Network	6 272 259,58	01:22:11	4 579 447	tak
14	travian.pl	5 939 403,39	02:29:39	2 381 325	
15	wikipedia.org	5 775 639,04	00:54:03	6 411 731	
16	otoMoto	5 531 974,67	01:58:32	2 800 267	
17	grono.net	5 183 724,14	06:53:43	751 773	tak
18	plemiona.pl	4 531 972,52	05:15:14	862 607	
19	MSN	4 296 042,96	01:27:09	2 957 920	
20	bearshare.com	3 854 667,68	03:16:03	1 179 701	

Ranking komunikatorów według zasięgu miesięcznego*

lp.	nazwa	zasięg	użytkownicy (real users)	średni czas uruchomienia na użytkownika [godz:min:s]	witryny objęte audytem site-centric
1	Komunikator Gadu-Gadu	36,51%	5 880 391	64:13:20	tak
2	Komunikator Skype	26,39%	4 250 118	64:52:25	
3	Komunikator Tlen.pl	3,94%	634 339	74:32:43	tak
4	Komunikator Windows Live	2,22%	357 661	56:32:07	
5	Komunikator AQQ	0,43%	68 649	59:01:48	tak
6	Komunikator Spik	0,17%	27 536	46:30:27	tak
7	Komunikator GoogleTalk	0,12%	19 303	97:25:02	
8	Komunikator Flircik	0,12%	19 134	56:37:12	
9	Komunikator Xfire	0,11%	17 146	59:21:51	
10	Komunikator Konnekt	0,10%	16 326	69:22:39	

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, luty 2009

Ranking witryn objętych audytem site-centric według zasięgu				
lp.	nazwa	zasięg	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1	Onet.pl	61,18%	9 854 251	tak
2	Wirtualna Polska	54,19%	8 728 910	tak
3	o2.pl	48,55%	7 819 919	tak
4	INTERIA.PL	48,03%	7 735 751	tak
5	Gazeta.pl	47,36%	7 627 919	tak
6	Grupa GG Network	28,43%	4 579 447	tak
7	pf.pl	19,00%	3 061 083	tak
8	Money.pl	18,95%	3 052 709	tak
9	Grupa IDG	18,77%	3 023 362	tak
10	dobreprogramy.pl	18,73%	3 017 465	tak
11	ceneo.pl	18,10%	2 914 595	tak
12	Grupa medousa.pl	17,92%	2 886 481	tak***
13	pino.pl	16,38%	2 639 025	tak***
14	sciaga.pl	16,01%	2 578 461	tak
15	Grupa fotka.pl	15,59%	2 511 093	tak***
16	pkt.pl	15,55%	2 505 069	tak
17	filmweb.pl	15,10%	2 431 502	tak
18	stacje TVN	15,01%	2 418 283	tak
19	Grupa Gratka	14,10%	2 270 555	tak
20	Grupa G+J Guj.pl	13,66%	2 200 940	tak

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, luty 2009

Liczebność próby: N=18 083. Grupa objęta badaniem 7+. Do badania wykorzystano dane o strukturze demograficznej pochodzące z badania NetTrack Millward Brown SMG/KRC prowadzonego na próbie dobieranej i ważonej przez PBC.

* W zestawieniu najpopularniejszych komunikatorów nie uwzględniono:

- komunikatora Windows Messenger, który instaluje się automatycznie wraz z systemem Windows i uruchamiając się automatycznie po starcie komputera w przeważającej części przypadków nie jest używany.

** Grupa Fotka.pl, Grupa Medousa.pl i Pino.pl składają się zarówno z części audytowanych, jak i nieobjętych audytem site-centric.

*** W niniejszym zestawieniu podano wyniki jedynie dla tych części witryny, które biorą udział w audycie site-centric.

W przypadku cytowania powyższych wyników badania prosimy o podawanie źródła pochodzenia danych w następującej formie: "Źródło: Megapanel PBI/Gemius, luty 2009" oraz wskazanie wykorzystywanego wskaźnika.

O badaniu

Badanie Megapanel PBI/Gemius – standard pomiaru oglądalności witryn i aplikacji internetowych, z których korzystają polscy użytkownicy sieci - zostało zainicjowane przez największe podmioty rynku interaktywnego w Polsce w celu zapewnienia stabilnego rozwoju internetu i rynku reklamy internetowej w Polsce.

Celem badania jest prezentacja liczby i profilu demograficznego użytkowników internetu oraz sposobu, w jaki internauci korzystają z sieci. Wyniki badania umożliwiają porównywanie popularności witryn i aplikacji internetowych oraz oszacowanie ich potencjału reklamowego przy pomocy precyzyjnie zdefiniowanych wskaźników. Badaniem objętych jest obecnie ponad 6 tys. witryn, zarówno polskich jak i zagranicznych.

W przypadku witryn nieobjętych audytem site-centric podane wyniki badania są szacunkiem wynikającym z estymacji na całą populację danych uzyskanych z próby (panelu internautów). Ze względu na właściwości statystyczne błąd wyników dla witryn nieaudytowanych może być istotny i w szczególnych przypadkach osiągać wartość kilkudziesięciu procent. Dlatego przy porównywaniu witryn poddanych i niepoddanych audytowi site-centric, należy zwrócić szczególną uwagę na możliwość zawyżenia lub zaniżenia wskaźników dla witryn nieaudytowanych. W związku z tym Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. i Gemius SA zachęcają właścicieli witryn internetowych do poddania swoich witryn audytowi, a w przypadku cytowania wyników dla poszczególnych witryn - zamieszczania informacji, czy dana witryna jest objęta audytem site-centric.

Wersja demonstracyjna wyników badania Megapanel PBI/Gemius dostępna jest na stronie Gemius: http://www.gemius.pl/pl/badania_audience_demo
Plik demo prezentuje wyniki badania za styczeń 2005 r. i umożliwia zapoznanie się ze wszystkimi funkcjami aplikacji gemiusExplorer.

Polskie Badania Internetu Sp. z o.o. (PBI)

Firma powołana przez czołowych wydawców internetowych w Polsce, właścicieli największych krajowych witryn internetowych: Gazeta.pl, Interia.pl, Onet.pl, Wirtualna Polska i Rzeczpospolita OnLine - w celu stworzenia standardu badań internetu w Polsce.

PBI promuje wiarygodne i rzetelne badania polskiego internetu, jako nieodzowne narzędzia dla podmiotów korzystających z reklamy on-line.

Misją PBI jest przyczynienie się do rozwoju polskiego internetu, jako medium zbadanego i tym samym wiarygodnego dla reklamodawców, agencji reklamowych inwestorów oraz firm, których działalność jest związana z internetem.

Gemius SA

Firma badawcza, lider i prekursor w dziedzinie badań internetu w Europie Środkowo-Wschodniej. Na rynku polskim istnieje od 1999 roku, oferując profesjonalne rozwiązania badawcze, usługi analityczne i doradcze dla wszystkich podmiotów tego rynku. Oprócz badania Megapanel PBI/Gemius firma oferuje kompleksowe badania dotyczące m.in. zachowania internautów na witrynach (gemiusTraffic), ich profilu społeczno-demograficznego (gemiusProfile), czy też skuteczności prowadzonych w internecie kampanii reklamowych (gemiusEffect).

Kontakt dla prasy:

PBI Sp. z o.o.: Karina Adaszak
PR Manager
tel.: 022 630 72 68
tel. kom.: 519 12 41 82
e-mail: k.adaszak@pbi.org.pl

Gemius SA: Karolina Skindel
Asystent ds. Public Relations
tel.: 022 874 41 00
tel. kom.: 889 757 844
e-mail: karolina.skindel@gemius.pl