

Wyniki Megapanel PBI/Gemius za marzec 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 marzec 2009**.

Ranking witryn według zasięgu miesięcznego				
lp.	nazwa	zasięg	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1	Google	86,21%	14 186 568	
2	onet.pl	62,52%	10 288 076	tak
3	nasza-klasa.pl	57,14%	9 403 515	
4	Wirtualna Polska	55,46%	9 127 215	tak
5	allegro.pl	51,09%	8 407 134	
6	interia.pl	50,35%	8 286 030	tak
7	gazeta.pl	49,63%	8 167 180	tak
8	o2.pl	48,89%	8 045 826	tak
9	youtube.com	45,77%	7 532 543	
10	wikipedia.org	41,52%	6 831 875	
11	Microsoft	32,44%	5 338 320	
12	Grupa GG Network	29,92%	4 923 356	tak
13	mozilla.com	28,28%	4 653 839	
14	Grupa fotka.pl	22,53%	3 708 173	tak**
15	pf.pl	20,71%	3 407 550	tak
16	money.pl	19,99%	3 289 002	tak
17	Grupa IDG	19,79%	3 256 074	tak
18	MSN	19,78%	3 254 567	
19	ceneo.pl	19,78%	3 254 565	tak
20	otoMoto	19,32%	3 179 327	
Ranking witryn według miesięcznej liczby odsłon				
lp.	nazwa	liczba odsłon	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1	nasza-klasa.pl	12 385 254 871	9 403 515	
2	allegro.pl	4 821 792 356	8 407 134	
3	onet.pl	4 206 403 639	10 288 076	tak
4	Google	3 471 772 780	14 186 568	
5	Wirtualna Polska	2 641 477 176	9 127 215	tak
6	interia.pl	1 372 274 331	8 286 030	tak
7	Grupa fotka.pl	1 326 358 378	3 708 173	tak**
8	youtube.com	1 321 094 880	7 532 543	
9	o2.pl	1 292 147 780	8 045 826	tak
10	travian.pl	1 286 832 404	2 670 497	

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, marzec 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	130 723 906,01	13:54:06	9 403 515	
2	Google	103 267 603,47	07:16:45	14 186 568	
3	onet.pl	72 479 526,47	07:02:42	10 288 076	tak
4	Wirtualna Polska	49 990 585,48	05:28:38	9 127 215	tak
5	allegro.pl	44 458 354,39	05:17:17	8 407 134	
6	youtube.com	34 930 666,15	04:38:14	7 532 543	
7	o2.pl	34 099 230,76	04:14:17	8 045 826	tak
8	interia.pl	31 564 781,38	03:48:34	8 286 030	tak
9	gazeta.pl	15 806 971,58	01:56:08	8 167 180	tak
10	Grupa fotka.pl	11 785 969,47	03:10:42	3 708 173	tak**
11	gry.pl	8 793 792,13	03:08:36	2 797 532	
12	Grupa GG Network	6 795 404,92	01:22:49	4 923 356	tak
13	wikipedia.org	6 475 372,65	00:56:52	6 831 875	
14	travian.pl	6 380 278,17	02:23:21	2 670 497	
15	wyspagier.pl	6 369 398,52	03:46:31	1 687 076	
16	otoMoto	6 330 152,24	01:59:28	3 179 327	
17	grono.net	4 890 840,09	06:00:21	814 364	tak
18	plemiona.pl	4 886 048,10	05:45:54	847 526	
19	MSN	4 439 896,25	01:21:51	3 254 567	
20	bearshare.com	4 228 640,80	03:34:23	1 183 466	

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	35,79%	5 890 143	62:50:43	tak
2	Komunikator Skype	27,09%	4 458 149	64:37:02	
3	Komunikator Tlen.pl	3,76%	618 091	76:50:47	tak
4	Komunikator Windows Live Messenger	2,96%	486 547	71:14:30	
5	Komunikator AQQ	0,42%	68 923	60:15:02	tak
6	Komunikator Spik	0,17%	27 203	45:54:38	tak
7	Komunikator Konnekt	0,14%	22 395	70:08:31	
8	Komunikator GoogleTalk	0,13%	21 457	65:07:19	
9	Komunikator Xfire	0,12%	20 381	51:12:30	
10	Komunikator Flircik	0,11%	18 188	64:55:41	

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, marzec 2009

Ranking witryn objętych audytem site-centric według zasięgu				
lp.	nazwa	zasięg	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1	onet.pl	62,52%	10 288 076	tak
2	Wirtualna Polska	55,46%	9 127 215	tak
3	interia.pl	50,35%	8 286 030	tak
4	gazeta.pl	49,63%	8 167 180	tak
5	o2.pl	48,89%	8 045 826	tak
6	Grupa GG Network	29,92%	4 923 356	tak
7	pf.pl	20,71%	3 407 550	tak
8	money.pl	19,99%	3 289 002	tak
9	Grupa IDG	19,79%	3 256 074	tak
10	ceneo.pl	19,78%	3 254 565	tak
11	dobreprogramy.pl	19,14%	3 149 011	tak
12	sciaga.pl	18,76%	3 087 635	tak
13	pino.pl	18,11%	2 980 294	tak***
14	pkt.pl	18,08%	2 975 651	tak
15	Grupa medousa.pl	16,15%	2 657 579	tak***
16	filmweb.pl	15,45%	2 543 172	tak
17	Grupa G+J guj.pl	15,11%	2 486 936	tak
18	Grupa Gratka	14,84%	2 442 317	tak
19	stacje TVN	14,81%	2 437 283	tak
20	bankier.pl	14,34%	2 360 360	tak

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, marzec 2009

Liczebność próby: N= 18 079. 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, marzec 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