

Informacja prasowa
22 czerwca 2009

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

Ranking witryn według zasięgu miesięcznego				
lp.	nazwa	zasięg	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1	Google	88,34%	14 548 638	
2	Onet.pl	61,06%	10 056 012	tak
3	nasza-klasa.pl	56,99%	9 384 632	
4	Wirtualna Polska	54,09%	8 908 005	tak
5	INTERIA.PL	50,21%	8 268 758	tak
6	Allegro.pl	49,93%	8 222 812	
7	Gazeta.pl	49,25%	8 111 286	tak
8	o2.pl	46,22%	7 611 971	tak
9	Youtube.com	44,79%	7 375 623	
10	wikipedia.org	39,51%	6 506 551	
11	Microsoft	28,74%	4 733 085	
12	mozilla.com	27,67%	4 556 040	
13	Grupa GG Network	25,86%	4 258 577	tak
14	Grupa Fotka.pl	20,67%	3 403 708	tak**
15	MSN	19,29%	3 176 332	
16	Money.pl	18,73%	3 084 283	tak
17	otoMoto	18,42%	3 033 030	
18	pf.pl	18,29%	3 012 239	tak
19	gry.pl	17,75%	2 923 640	
20	ceneo.pl	17,40%	2 865 703	tak
Ranking witryn według miesięcznej liczby odsłon				
lp.	nazwa	liczba odsłon	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1	nasza-klasa.pl	9 701 023 893	9 384 632	
2	Allegro.pl	3 708 882 920	8 222 812	
3	Onet.pl	3 665 655 548	10 056 012	tak
4	Google	2 983 916 608	14 548 638	
5	Wirtualna Polska	2 245 129 613	8 908 005	tak
6	INTERIA.PL	1 239 595 799	8 268 758	tak
7	Grupa Fotka.pl	1 206 629 206	3 403 708	tak**
8	o2.pl	1 125 263 985	7 611 971	tak
9	travian.pl	1 061 454 280	1 829 300	
10	Youtube.com	1 014 037 863	7 375 623	

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, kwiecień 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	102130766,62	10:52:58	9 384 632	
2	Google	87419853,98	06:00:32	14 548 638	
3	Onet.pl	61315597,58	06:05:51	10 056 012	tak
4	Wirtualna Polska	42315308,10	04:45:01	8 908 005	tak
5	Allegro.pl	33544128,97	04:04:46	8 222 812	
6	Youtube.com	29858251,32	04:02:54	7 375 623	
7	INTERIA.PL	28635629,66	03:27:47	8 268 758	tak
8	o2.pl	28091856,87	03:41:26	7 611 971	tak
9	Gazeta.pl	14955693,31	01:50:38	8 111 286	tak
10	Grupa Fotka.pl	10250600,77	03:00:42	3 403 708	tak**
11	gry.pl	6981987,45	02:23:17	2 923 640	
12	travian.pl	6086366,39	03:19:38	1 829 300	
13	Grupa GG Network	6005371,38	01:24:37	4 258 577	tak
14	otoMoto	5405429,28	01:46:56	3 033 030	
15	wikipedia.org	4928681,05	00:45:27	6 506 551	
16	wyspagier.pl	4115756,39	02:28:58	1 657 736	
17	plemiona.pl	4078082,51	05:30:01	741 435	
18	grono.net	3993170,46	05:27:03	732 597	tak
19	MSN	3657451,48	01:09:05	3 176 332	
20	bearshare.com	3052093,93	02:39:02	1 151 486	

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	34,90%	5 746 593	58:07:44	tak
2	Komunikator Skype	26,11%	4 299 052	60:44:41	
3	Komunikator Windows Live Messenger	3,81%	627 031	54:02:50	
4	Komunikator Tlen.pl	3,57%	587 776	69:00:22	tak
5	Komunikator AQQ	0,40%	65 954	54:20:26	tak
6	Komunikator Spik	0,16%	25 857	40:56:42	tak
7	Komunikator Xfire	0,14%	22 418	54:46:25	
8	Komunikator Konnekt	0,11%	17 925	77:48:18	
9	Komunikator Flircik	0,10%	15 859	42:50:00	
10	Komunikator GoogleTalk	0,09%	15 087	93:04:37	

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, kwiecień 2009

Ranking witryn objętych audytem site-centric według zasięgu				
lp.	nazwa	zasięg	użytkownicy (real users)	witryny objęte audytem site-centric
1.	Onet.pl	61,06%	10 056 012	tak
2.	Wirtualna Polska	54,09%	8 908 005	tak
3.	INTERIA.PL	50,21%	8 268 758	tak
4.	Gazeta.pl	49,25%	8 111 286	tak
5.	o2.pl	46,22%	7 611 971	tak
6.	Grupa GG Network	25,86%	4 258 577	tak
7.	Money.pl	18,73%	3 084 283	tak
8.	pf.pl	18,29%	3 012 239	tak
9.	ceneo.pl	17,40%	2 865 703	tak
10.	Grupa Fotka.pl	16,62%	2 737 686	tak***
11.	pkt.pl	16,12%	2 655 237	tak
12.	Pino.pl	16,01%	2 637 203	tak***
13.	sciaga.pl	15,87%	2 612 733	tak
14.	Grupa IDG	15,82%	2 605 818	tak
15.	dobreprogramy.pl	15,45%	2 543 781	tak
16.	Grupa Axel Springer	14,76%	2 430 449	tak***
17.	Grupa Medousa.pl	14,42%	2 374 929	tak***
18.	stacje TVN	13,97%	2 300 866	tak
19.	Grupa G+J Guj.pl	13,29%	2 188 270	tak
20.	Grupa Polskاپresse	13,25%	2 181 308	tak***

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, kwiecień 2009

Liczebność próby: N= 18 438. 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, kwiecień 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: Aleksandra Teodorczyk
Specjalista ds. Public Relations
tel.: 022 874 41 00
tel. kom.: 693 46 29 90
e-mail: aleksandra.teodorczyk@gemius.pl