



Polskie
Badania
Internetu



MEDIAPANEL

Polski internet w Q4 2024



Przegląd rynku polskiego na podstawie danych za czwarty kwartał 2024

Przegląd rynku polskiego opisującego internautów w wieku 7-75 lat, korzystających z komputerów, tabletów oraz smartfonów oparty na danych za czwarty kwartał 2024*.

Dane pochodzą z badania Mediapanel wprowadzonego we wrześniu 2020 r. jako nowego, sygnowanego przez PBI standardu pomiaru widowni internetowej w Polsce i kontynuacji poprzedniego badania Gemius/PBI.

Badanie realizowane jest przez firmę badawczą Gemius, specjalizującą się w badaniach rynku online.



*dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024



Z jakich urządzeń korzystamy, aby połączyć się z internetem?



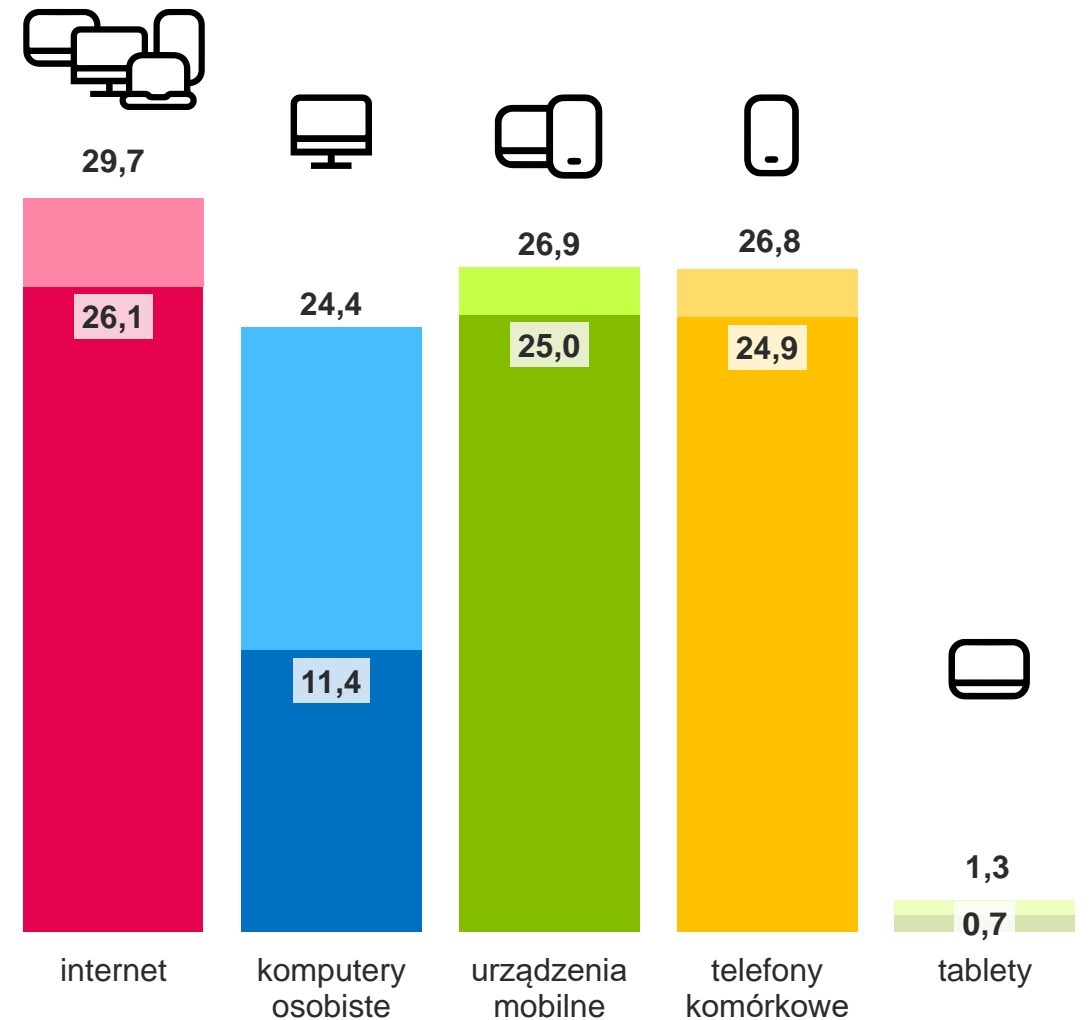
Użytkownicy internetu a urządzenia

Więcej internautów łączy się z siecią za pomocą urządzeń mobilnych niż za pomocą komputerów osobistych, szczególnie w ujęciu dziennym.

To właśnie smartfony stały się głównym narzędziem codziennego dostępu do sieci.

Urządzenia mobilne definiujemy w badaniu jako telefony komórkowe i tablety.

- Realni Użytkownicy w mln
- Realni Użytkownicy (średnia dzienna w mln)



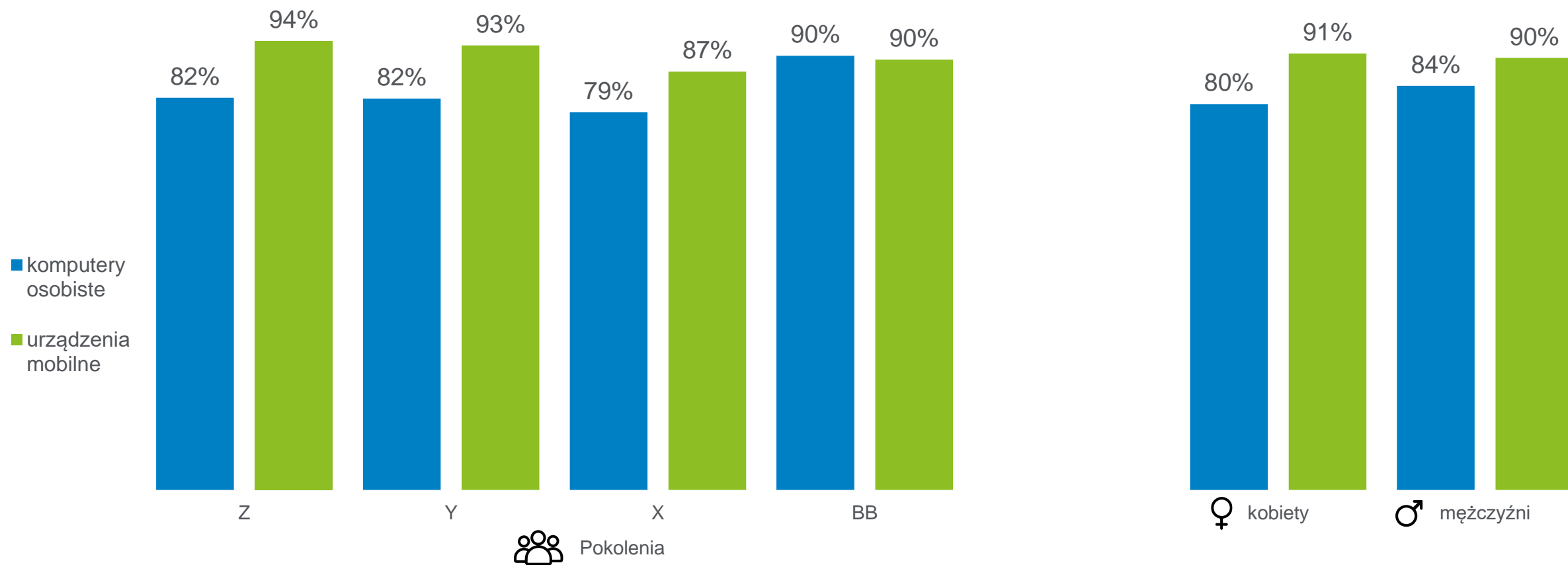
Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Czy wiek i płeć wpływają na to, z jakich urządzeń korzystają internauci?



Zasięg urządzeń a wiek i płeć użytkowników

Urządzenia mobilne dominują praktycznie we wszystkich grupach wiekowych, szczególnie wśród internautów z generacji Y (93%) i Z (94%). Nawet wśród internautów ze starszego pokolenia - Baby Boomers (BB), niemal tyle samo osób korzysta z urządzeń mobilnych (90%) co z komputerów osobistych. Kobiety wciąż nieco częściej niż mężczyźni wybierają urządzenia mobilne do łączenia się z internetem.



Pokolenia	Rok urodzenia
Z	1998-2016
Y	1983-1997
X	1964-1982
BB	1948-1963

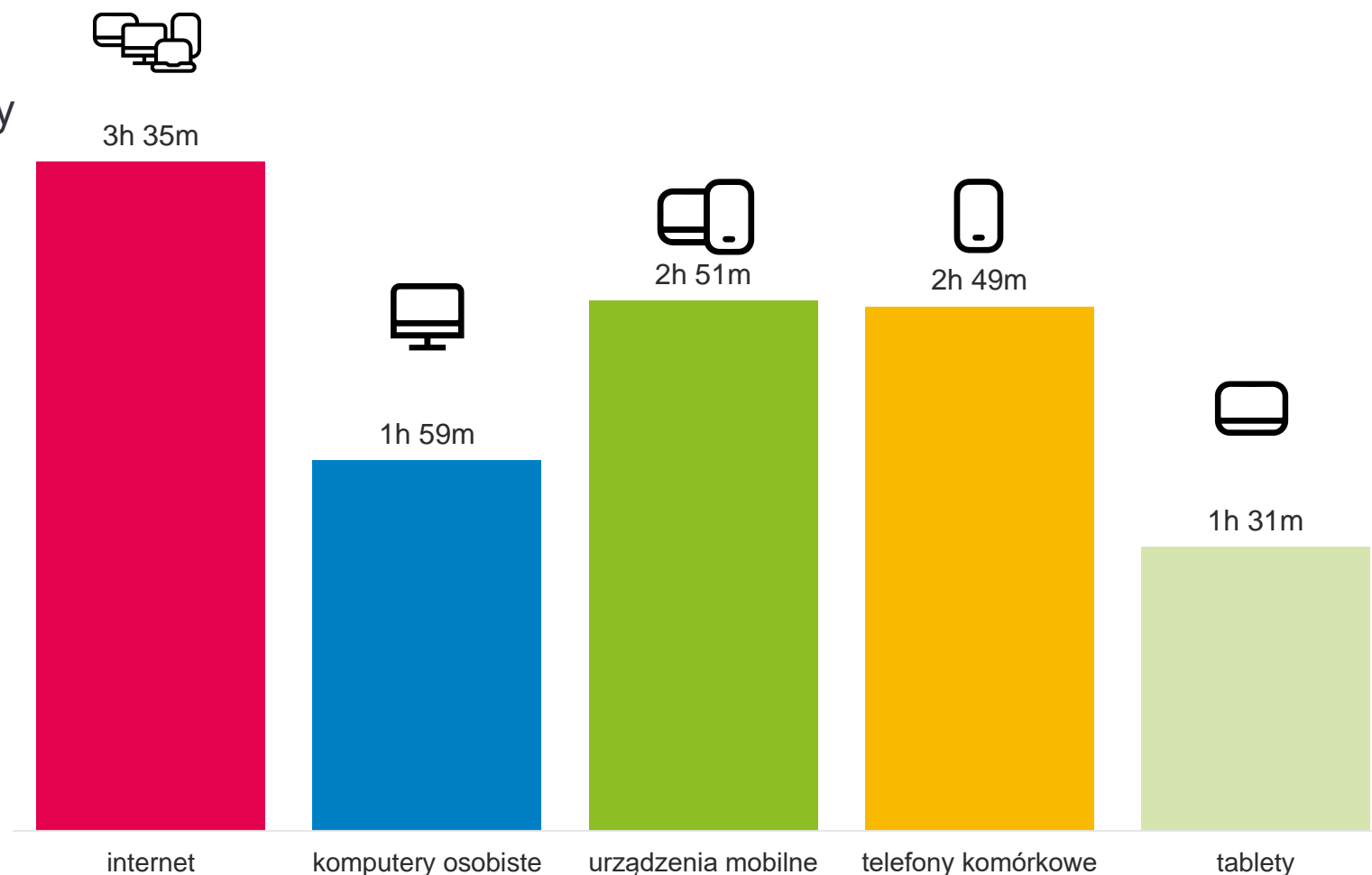
Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Ile czasu internauci spędzają w sieci?



Średni dzienny czas na użytkownika

Przeciętny internauta spędza online 3 godziny i 35 minut dziennie, przy czym największy udział w tym czasie mają telefony komórkowe. Użytkownicy tych urządzeń korzystają z internetu średnio przez 2 godziny i 49 minut każdego dnia. Urządzenia mobilne definiujemy w badaniu jako telefony komórkowe i tablety.



Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Średni dzienny czas na użytkownika

Średnio dziennie najwięcej czasu w internecie spędzają najmłodsi internauci, a szczególnie osoby z pokolenia Z, które poświęcają na aktywności online aż 4 godziny i 12 minut. Kobiety poświęcają więcej czasu na korzystanie z internetu: średnio 3 godziny i 39 minuty dziennie. Dla mężczyzn ta średnia wynosi 3 godziny i 32 minut.



Pokolenia	Rok urodzenia
Z	1998-2016
Y	1983-1997
X	1964-1982
BB	1948-1963

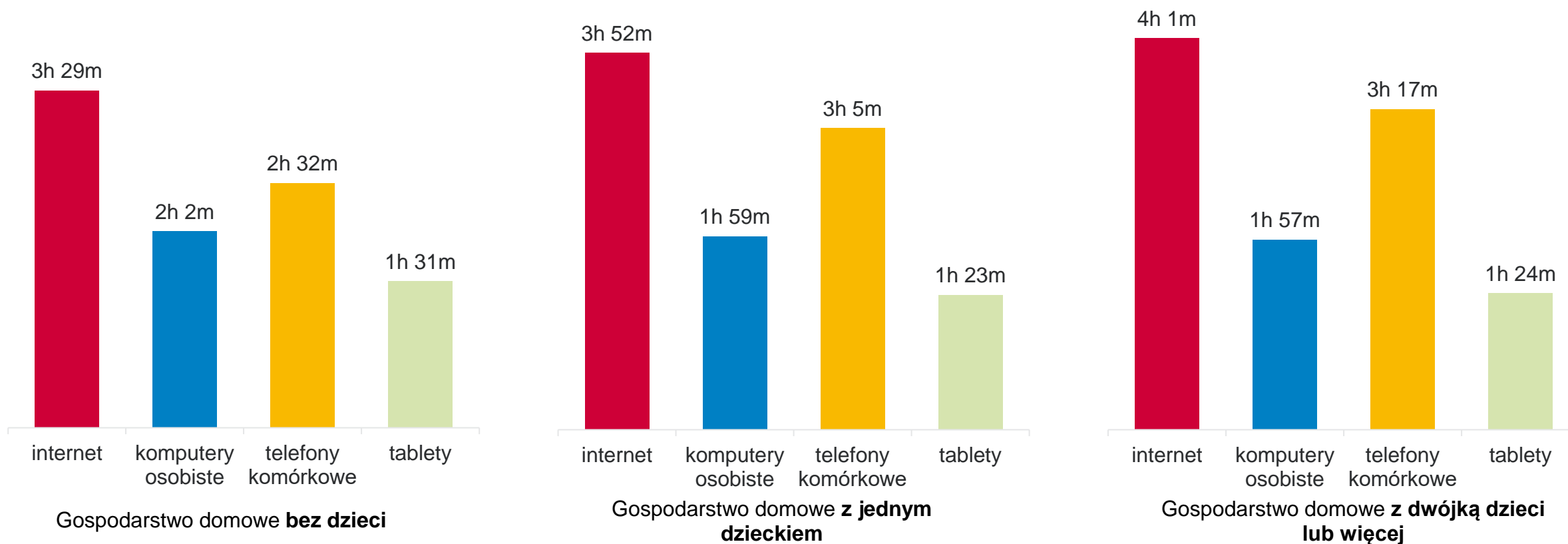
Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Jak obecność dzieci w rodzinie wpływa na ilość czasu spędzanego w internecie?



Średni dzienny czas na użytkownika w gospodarstwie domowym z dziećmi

Rodzice wychowujący dzieci spędzają więcej czasu w internecie, najchętniej za pośrednictwem smartfonów. Może to być związane z wykorzystywaniem urządzeń mobilnych do realizacji codziennych obowiązków, wspierania edukacji dzieci czy komunikacji.



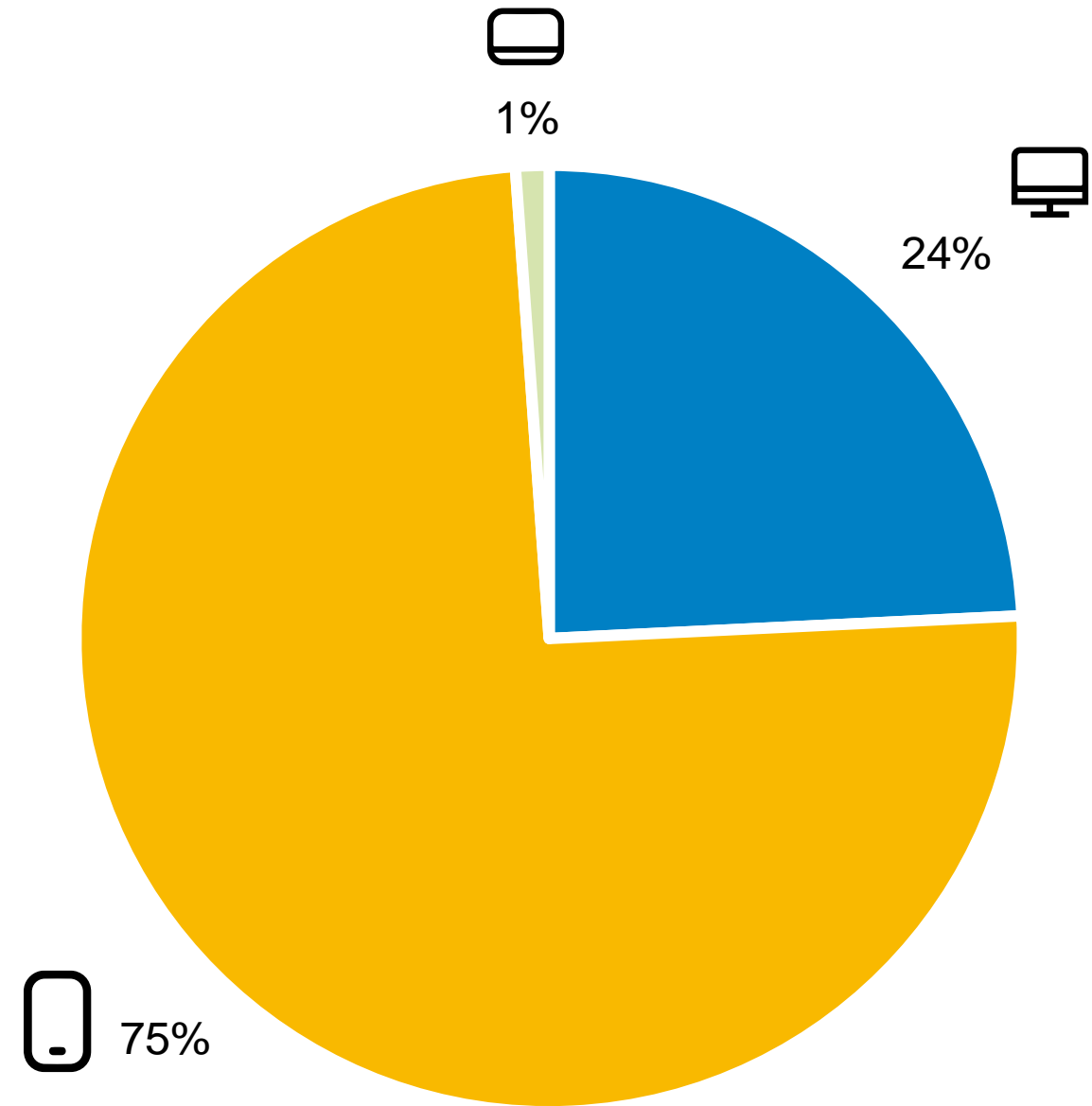
Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Jakie urządzenia pochłaniają najwięcej czasu?



Czas w internecie a urządzenia

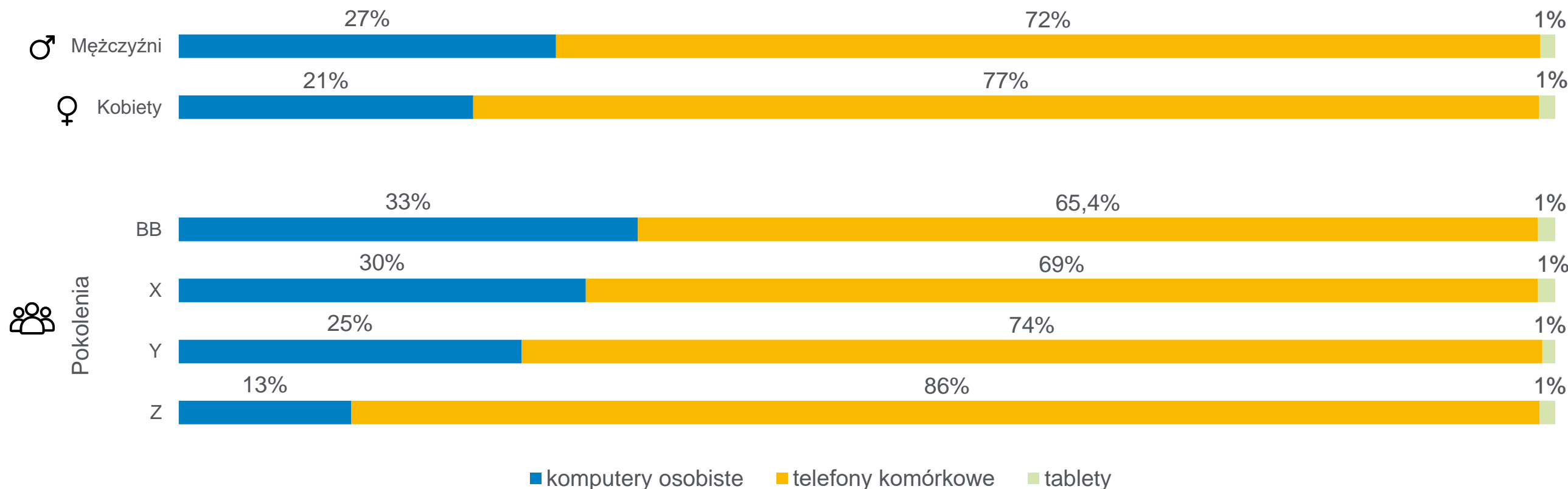
Najwięcej czasu spędzanego w internecie pochodzi z połączeń realizowanych za pośrednictwem telefonów komórkowych, które stanowią aż 75% całkowitego czasu online. Dla porównania, komputery osobiste stanowią jedynie 24% czasu korzystania z internetu, a tablety zaledwie 1%. Taki rozkład danych podkreśla rosnącą dominację telefonów komórkowych jako głównego narzędzia dostępu do sieci. Współczesny styl życia, który sprzyja mobilności i elastyczności, sprawia, że użytkownicy coraz chętniej sięgają po smartfony do codziennych aktywności online.



Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Czas w internecie a urządzenia

Najmłodzi najwięcej czasu w internecie spędzają z telefonem w ręku. Wraz z wiekiem wykorzystanie telefonów zmniejsza się na rzecz komputerów, ale nawet najstarsi większą część czasu łączą się z siecią przez telefon. Widać też istotną różnicę między mężczyznami a kobietami. To telefon dla kobiet jest tym urządzeniem, z którym spędzają 77% swojego czasu w sieci.

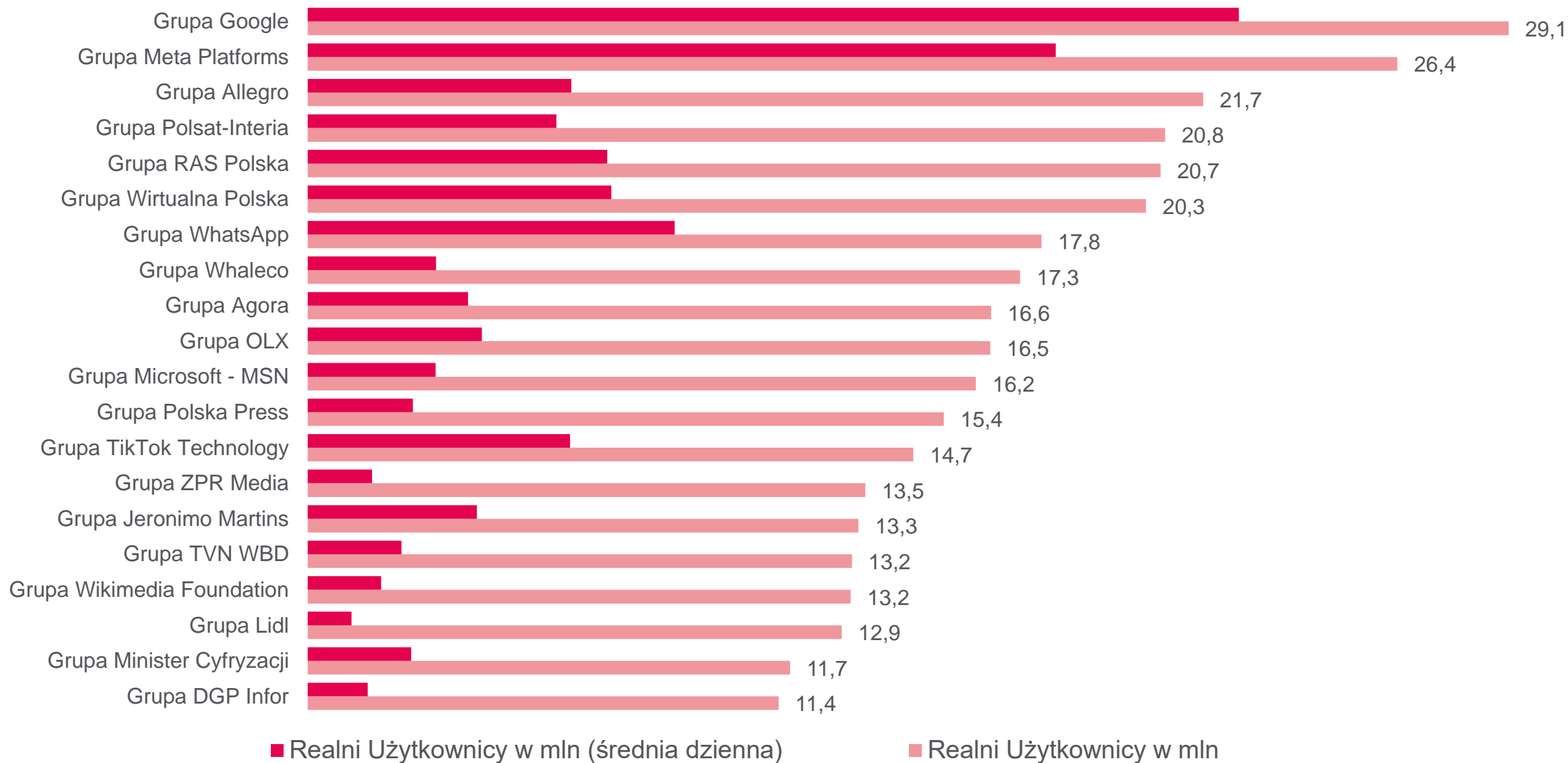


Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Które domeny i aplikacje mobilne przyciągają najwięcej użytkowników?



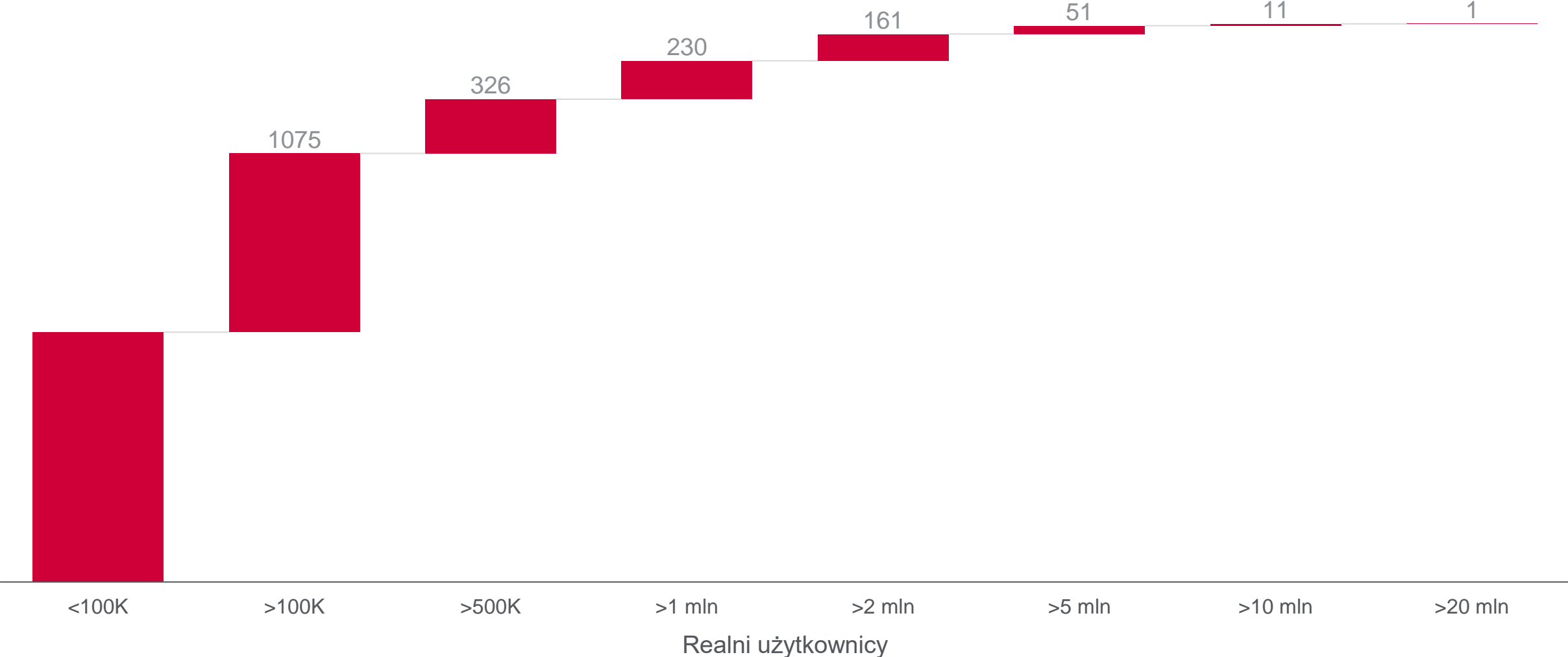
Ranking organizacji



Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

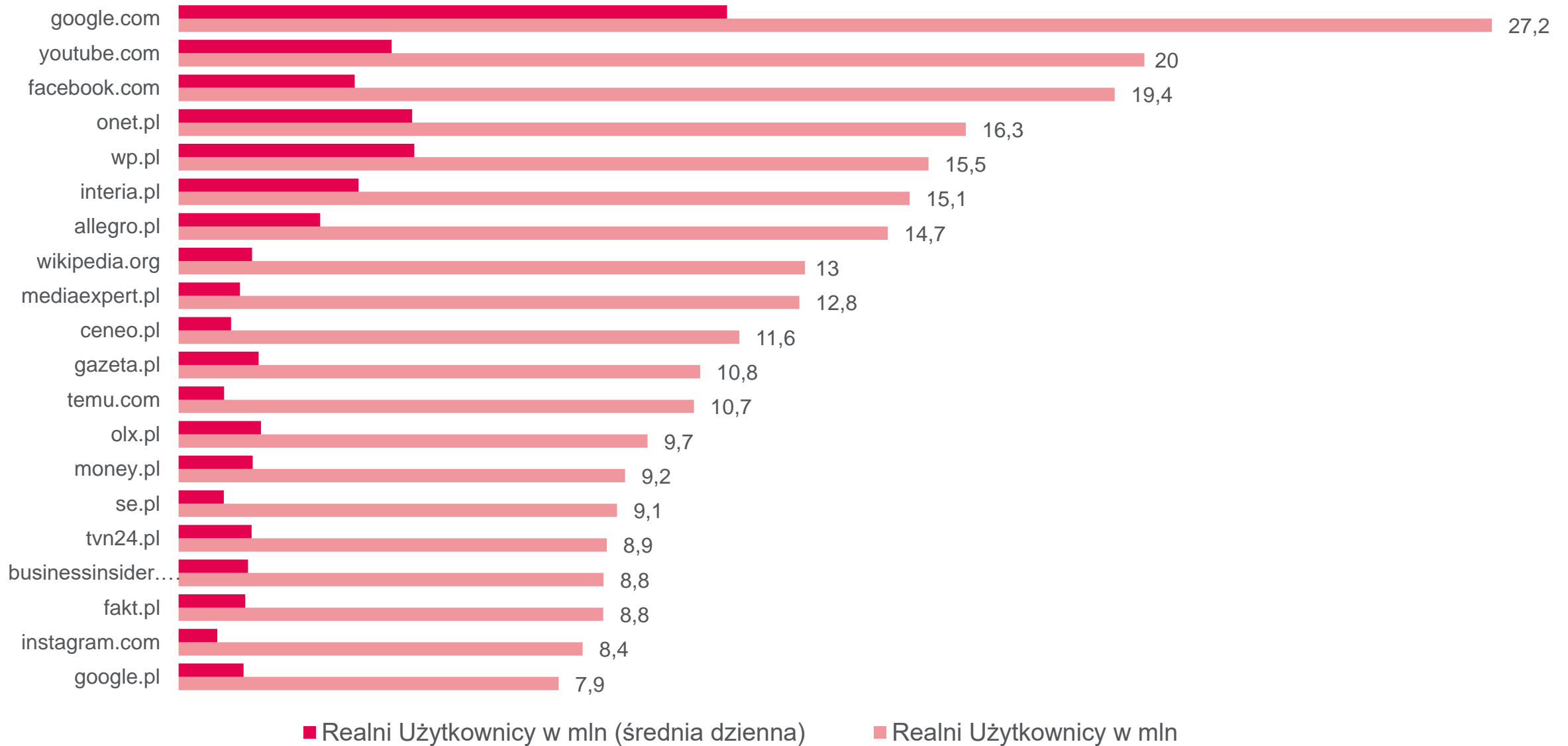


Liczba domen, a liczba użytkowników



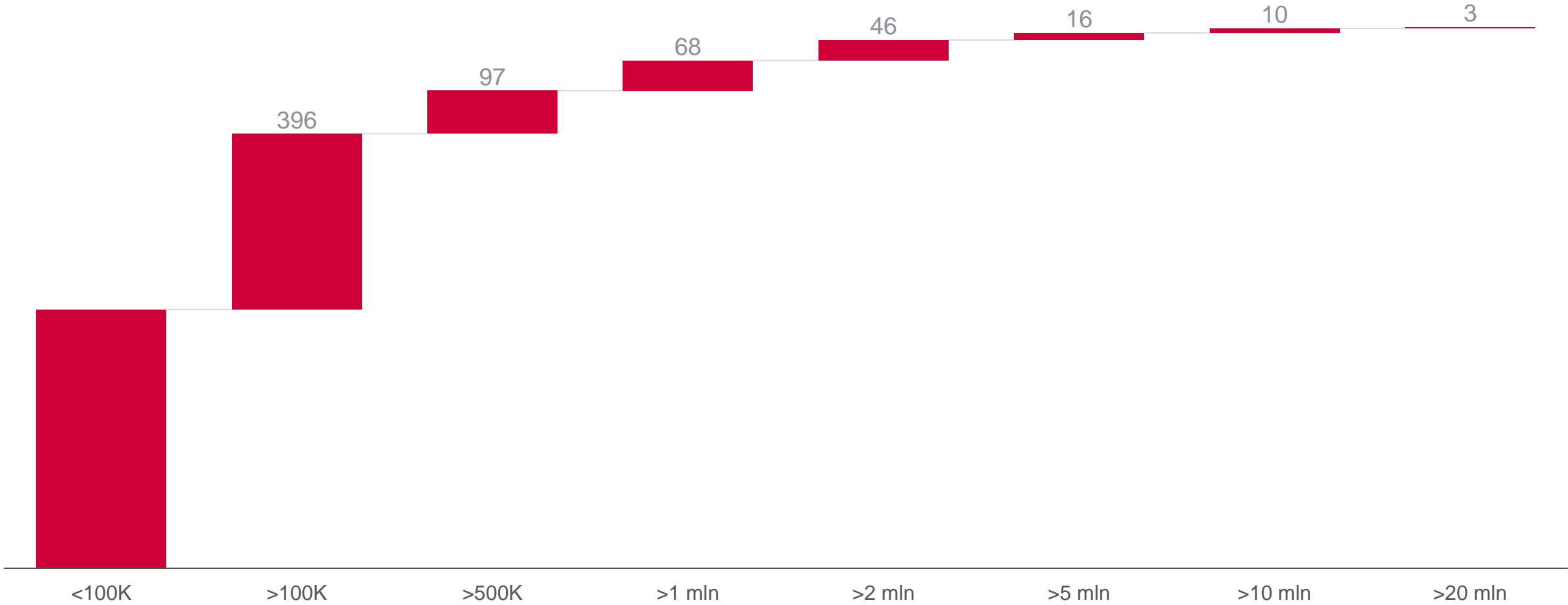
Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Ranking domen



Mediapanel, Q4 2024
 dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

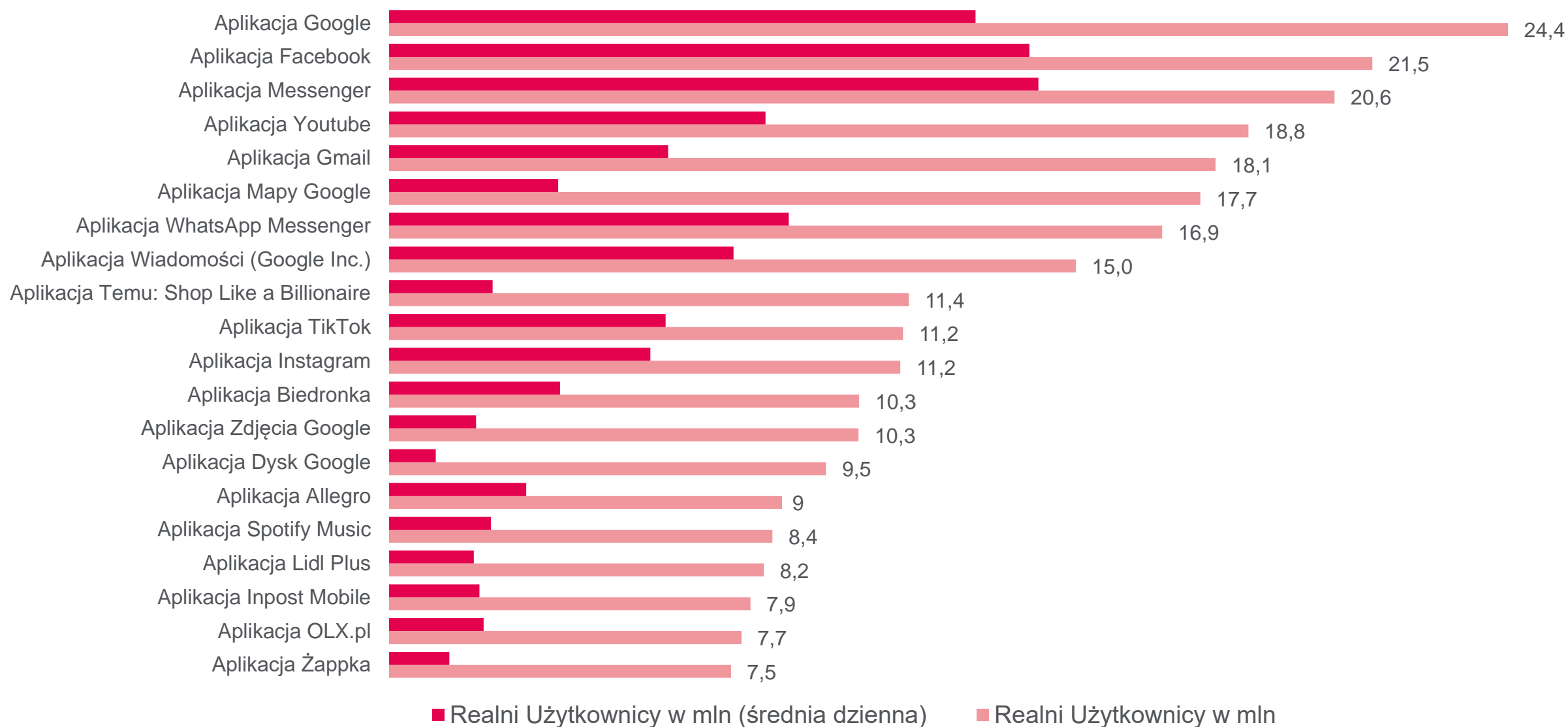
Liczba aplikacji mobilnych, a liczba użytkowników



Realni użytkownicy

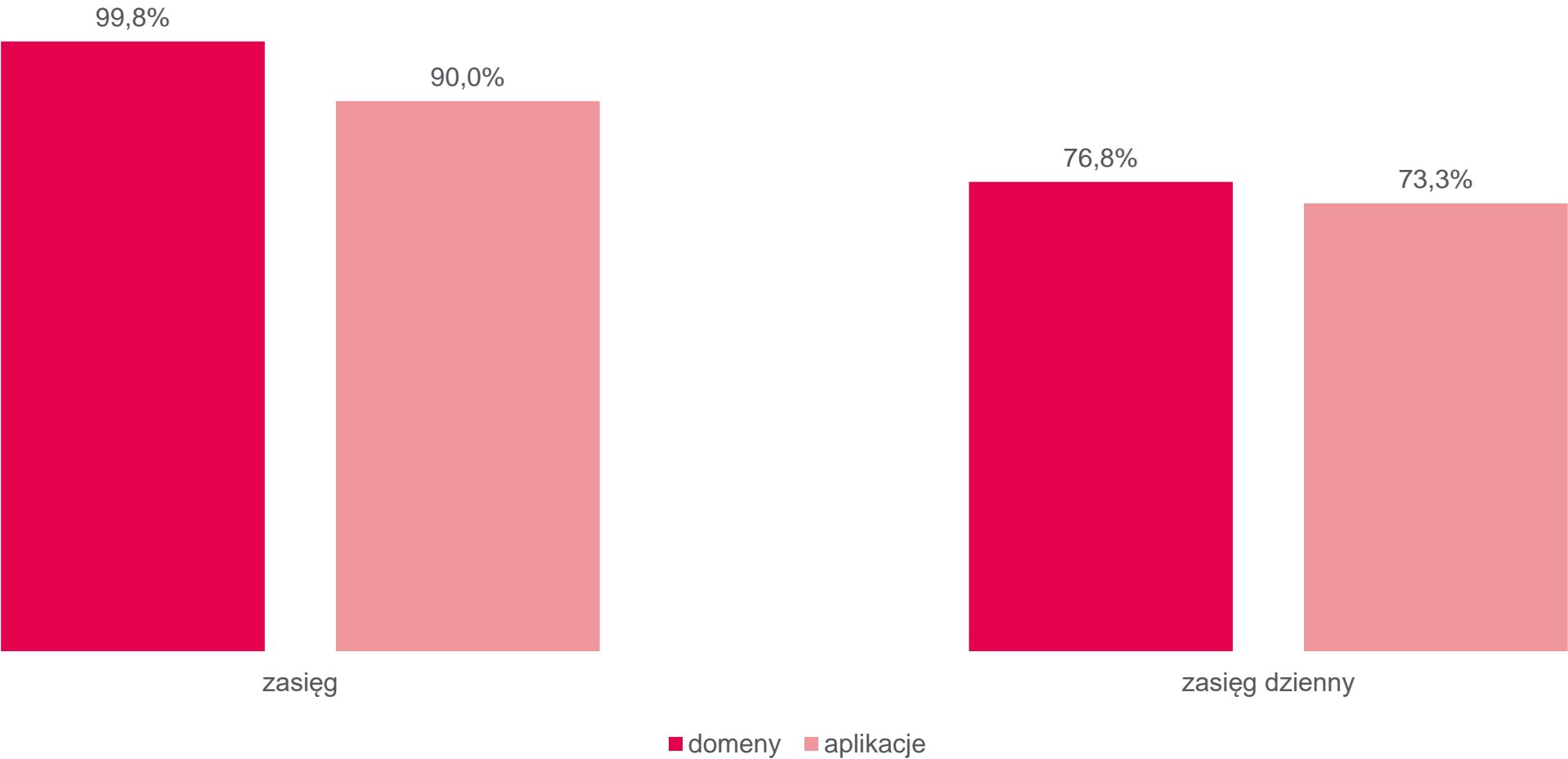
Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Ranking aplikacji mobilnych



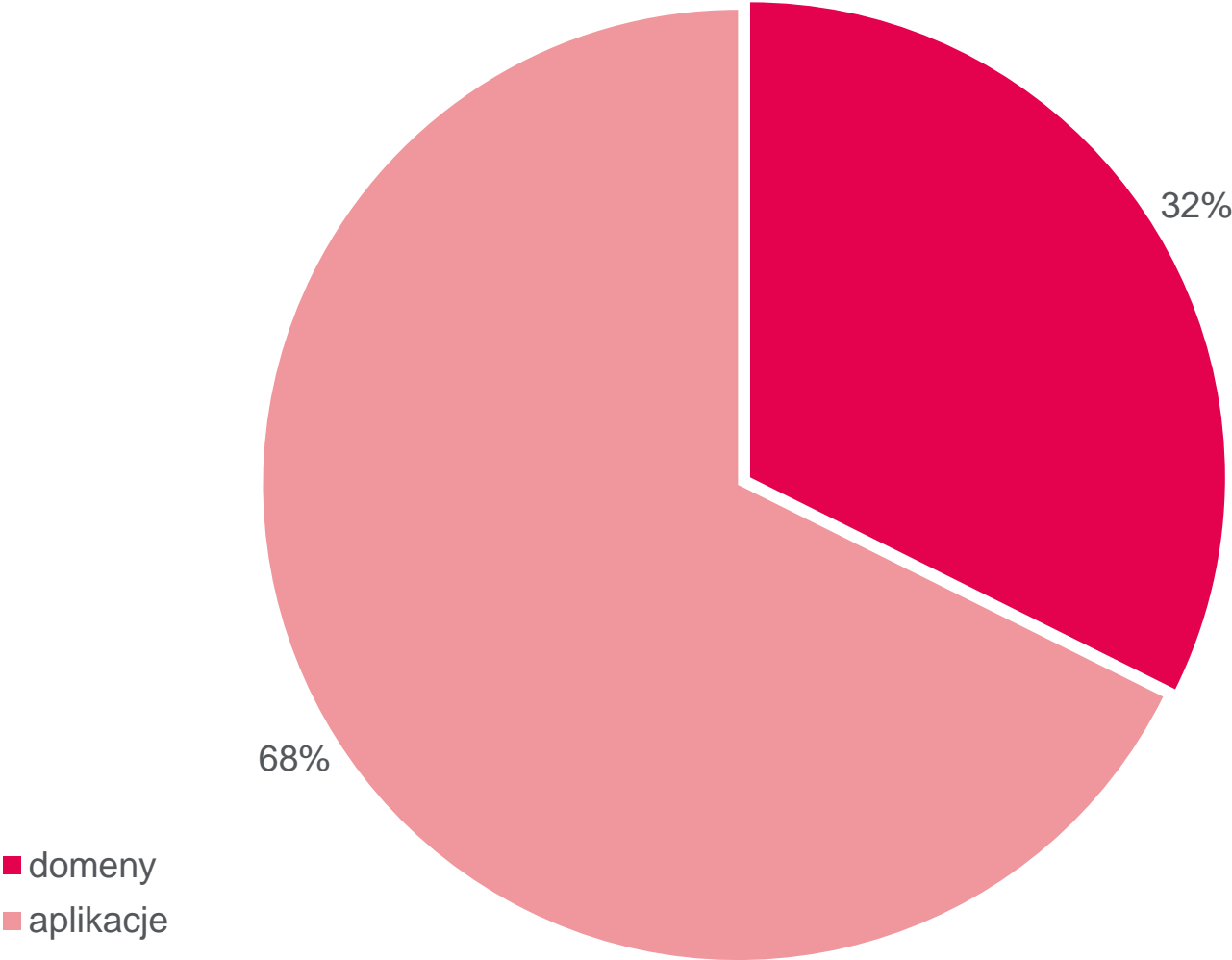
Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Domeny kontra aplikacje mobilne



Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Domeny kontra aplikacje mobilne - udział w czasie



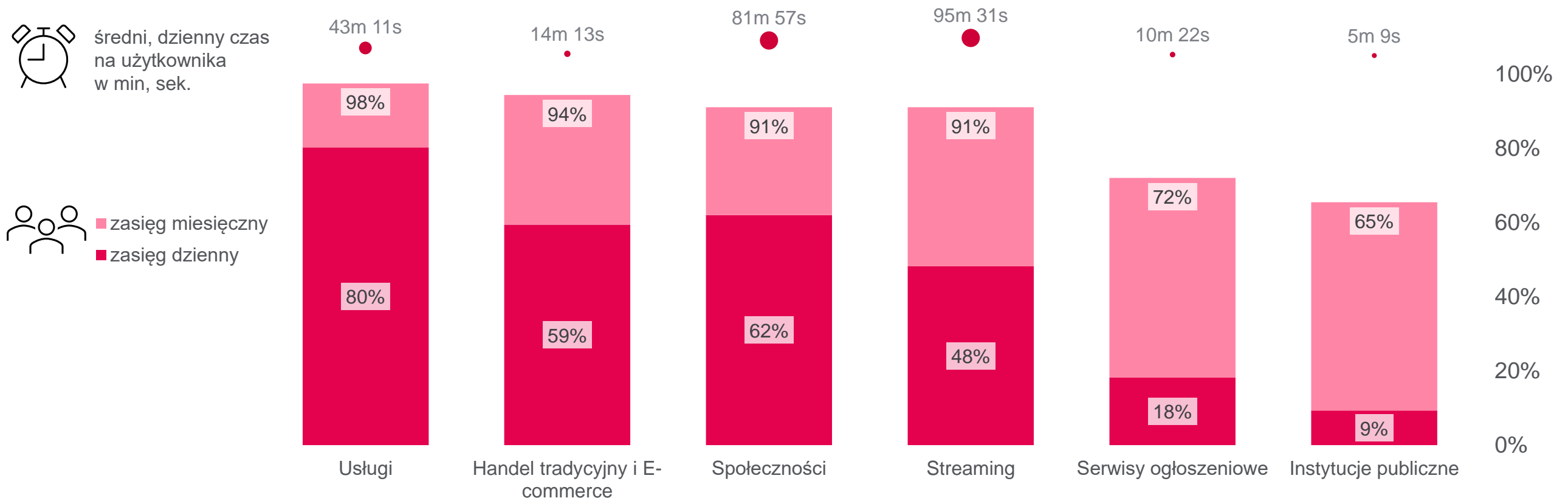
Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Kategorie funkcjonalne i tematyczne



Zasięg oraz średni dzienny czas na użytkownika w minutach dla kategorii funkcjonalnych

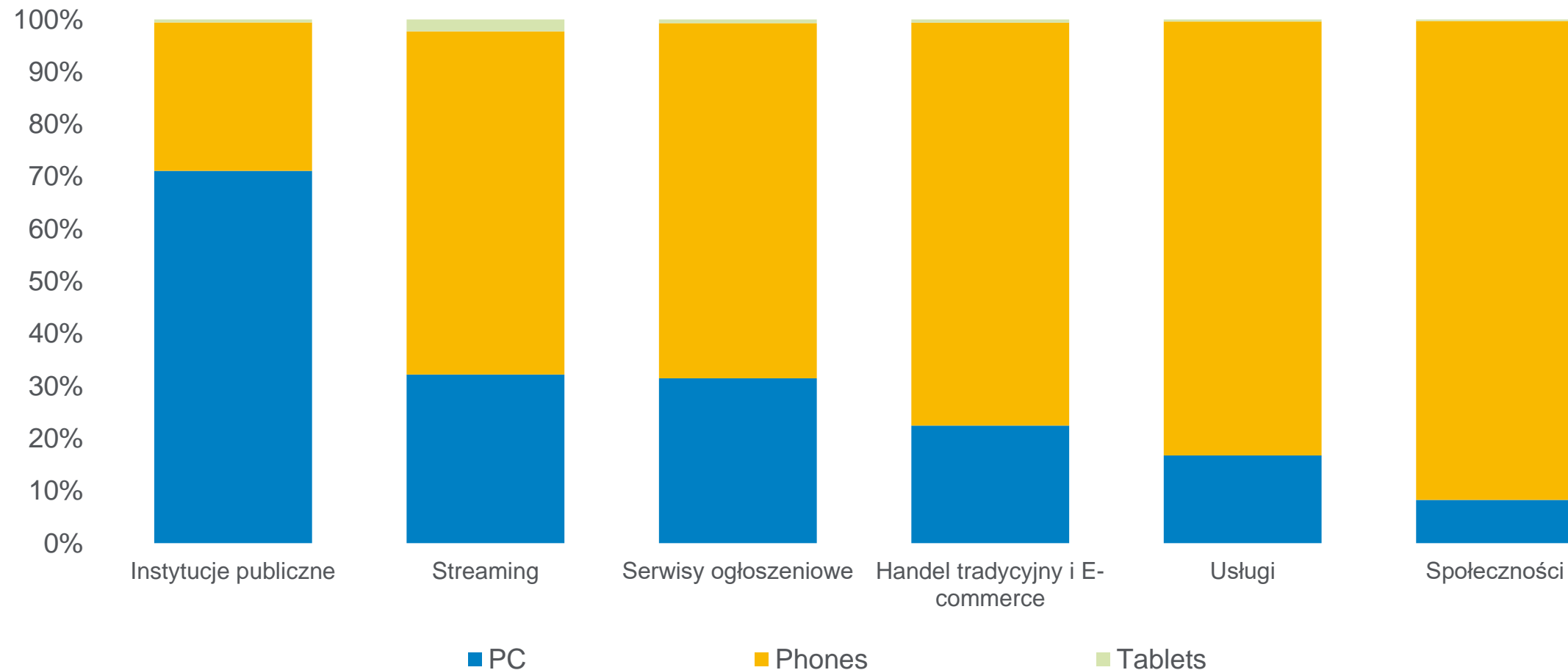
Wysokie miesięczne zasięgi oraz bardzo duże zaangażowanie mierzone czasem spędzonym w kategoriach Społeczności i Streaming świadczą o silnym zainteresowaniu użytkowników tymi obszarami. Natomiast w przypadku kategorii Handel tradycyjny i e-commerce, mimo ich znacznego zasięgu, zauważa się niskie zaangażowanie użytkowników, co może wskazywać na inne wzorce korzystania z tych treści.



Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Udział w czasie po urządzeniach, a kategorie funkcjonalne

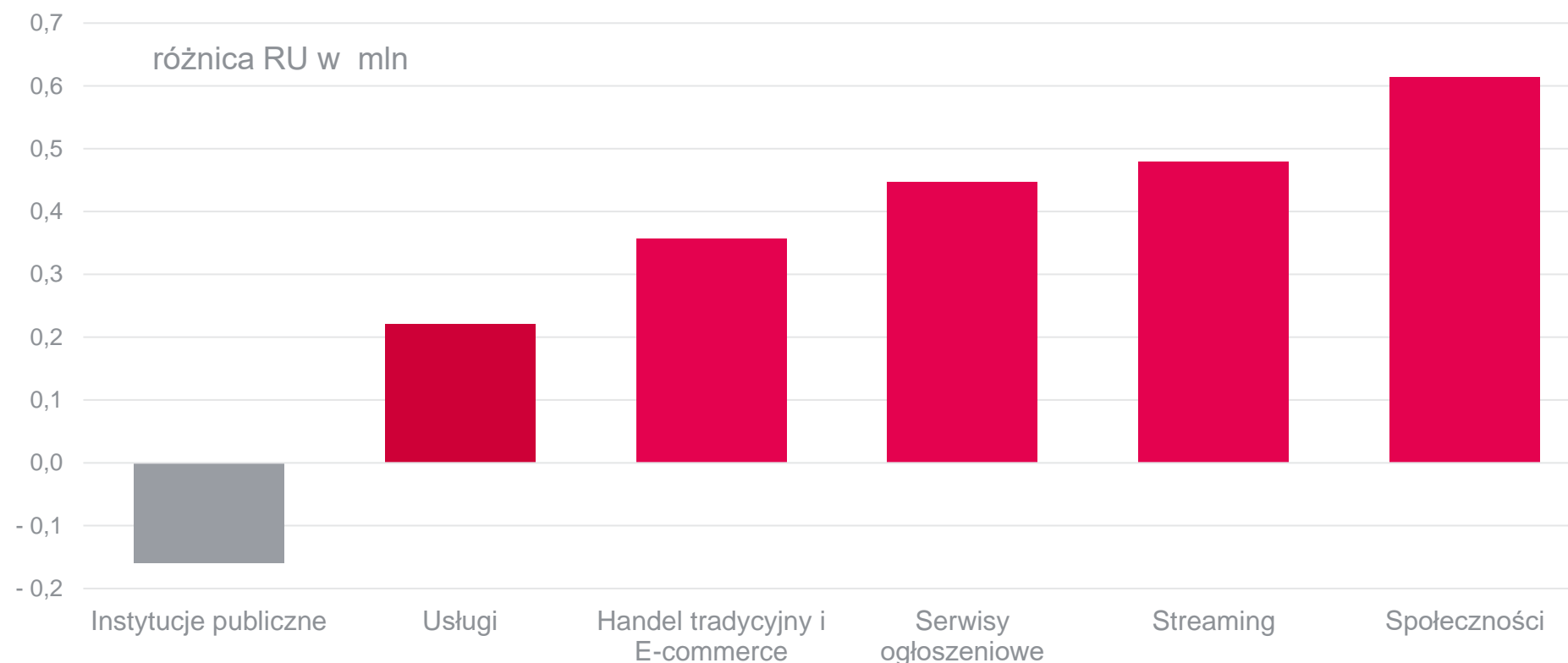
Wybór urządzenia zależy od kategorii treści – telefony komórkowe dominują w kategoriach takich jak Społeczności (91%) i Usługi (83%). Komputery osobiste mają większy udział w kategorii wymagającej bardziej zaawansowanych operacji - Instytucje publiczne (71%).



Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

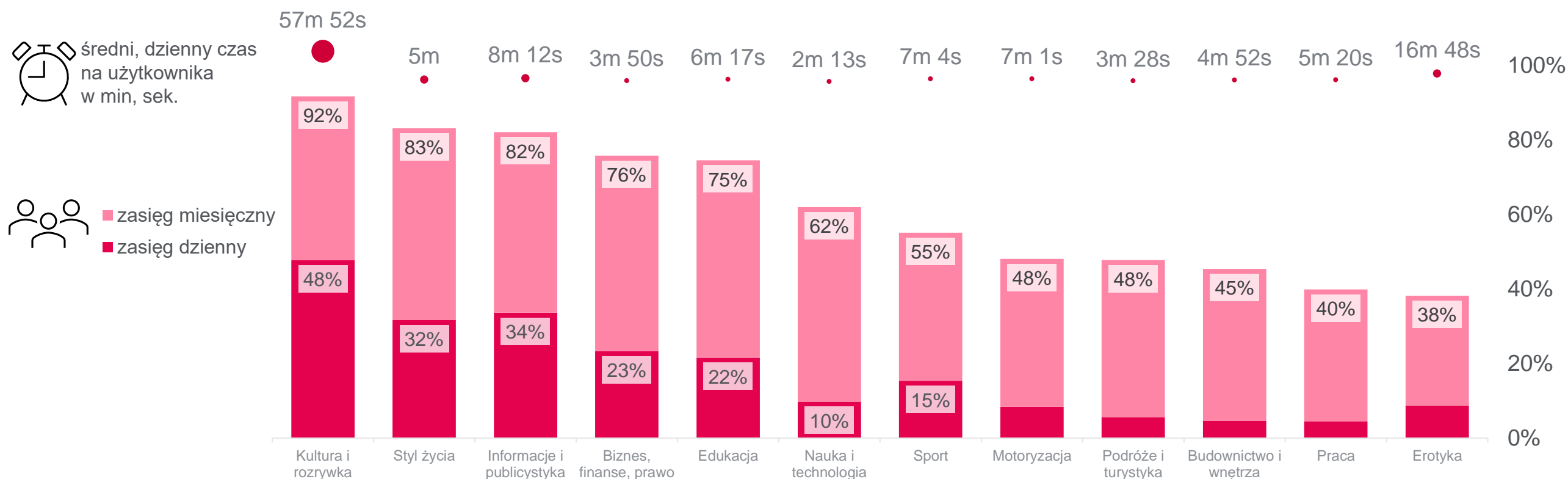
Zmiana RU dla kategorii funkcjonalnych Q4 2024 vs Q4 2023

Kategorie tematycznie utrzymują nieznaczną tendencję wzrostową w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. Kategorie Streaming i Społeczności zyskują po 2 p.p. na zasięgu. Jedynym wyjątkiem jest spadek zainteresowania kategorią Instytucje publiczne, co skutkuje obniżeniem zasięgu o niespełna 1 p.p. dla tej kategorii.



Zasięg oraz średni dzienny czas na użytkownika w minutach dla kategorii funkcjonalnych

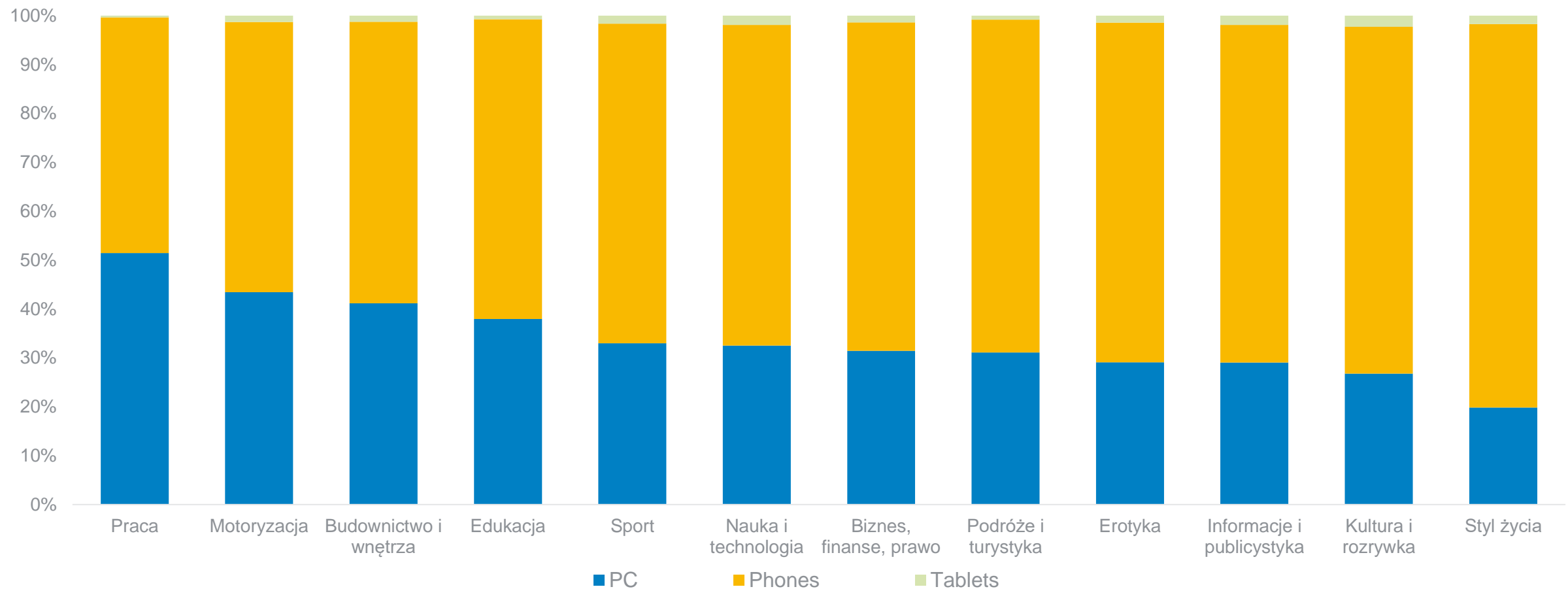
Internauci poświęcają najwięcej czasu kategorii Kultura i Rozrywka, która jednocześnie charakteryzuje się największym zasięgiem. Popularność tej kategorii wynika z szerokiej gamy dostępnych treści, które przyciągają uwagę użytkowników na dłużej.



Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Udział w czasie po urządzeniach a kategorie tematyczne

Wybór urządzenia zależy od rodzaju treści – w kategoriach takich jak Praca (51% komputery) i Motoryzacja (43% komputery), komputery osobiste są równie popularne co telefony, ponieważ użytkownicy preferują większe ekrany do bardziej skomplikowanych zadań. Natomiast w obszarach takich jak Kultura i rozrywka (71% telefony) czy Styl życia (78% telefony), telefony komórkowe zdecydowanie dominują. Świadczy to o preferencji użytkowników do korzystania z mobilnych urządzeń w codziennych i rozrywkowych aktywnościach.



Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024



Polskie
Badania
Internetu

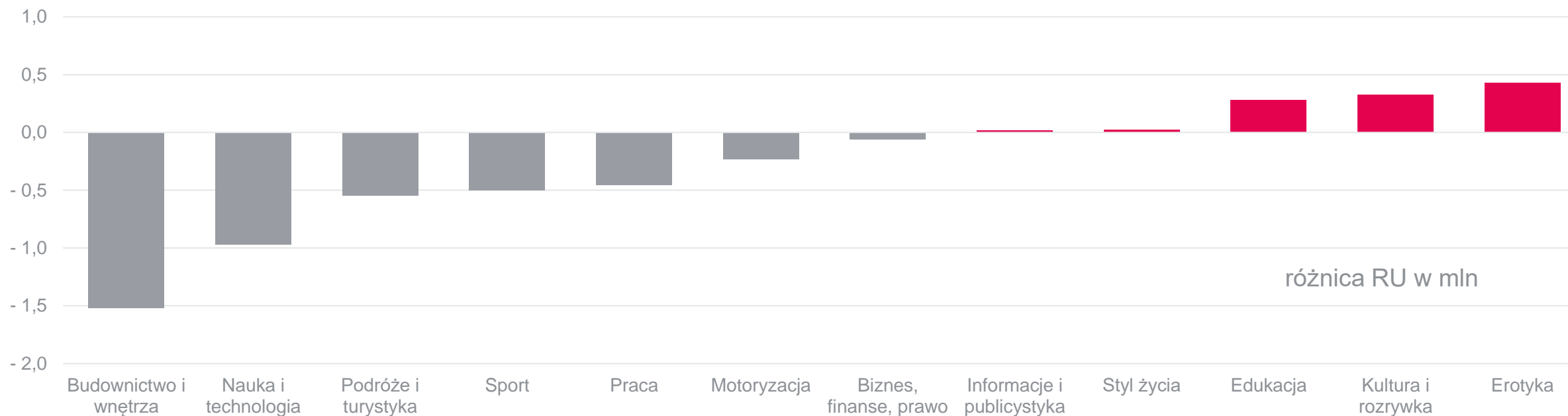


MEDIAPANEL

POLSKI INTERNET W Q4 2024

Zmiana RU dla kategorii tematycznych Q4 2024 vs Q4 2023

Porównanie Q4 2024 z Q4 2023 kategorii tematycznych ukazuje wyraźne spadki w zasięgu w obszarach Budownictwo i wnętrza (-1,5 mln RU) oraz Nauka i technologia (-1 mln RU). Tak widoczne obniżenia mogą sugerować mniejsze zapotrzebowanie na treści w tych dziedzinach. Choć kolejne kategorie również odnotowały spadki, takie jak Podróże i turystyka (-0,5 mln RU), Sport (-0,5 mln RU) czy Praca (-0,5 mln RU) to skala zmiany jest mniej istotna.



różnica RU w mln

Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Gry i serwisy o grach – kategoria angażująca czas internautów



Zainteresowanie internautów kategorią Gry i serwisy o grach

Wśród kategorii tematycznych szczególnie wyróżnia się Kultura i rozrywka, charakteryzująca się wysokim średnim czasem dziennym na użytkownika. Połowę całkowitego czasu tej kategorii przypada natomiast na podkategorię obejmującą gry i serwisy o grach. Miesięczny zasięg tej subkategorii osiąga 71%, co świadczy o jej dużej popularności. Choć największym zainteresowaniem cieszy się wśród najmłodszego pokolenia, także starsi użytkownicy chętnie korzystają z aplikacji związanych z grami, które dominują w tej kategorii.



Pokolenia	Rok urodzenia
Z	1998-2016
Y	1983-1997
X	1964-1982
BB	1948-1963

Mediapanel, Q4 2024
dane za czwarty kwartał wyliczone jako średnia z trzech ostatnich miesięcy 2024

Najważniejsze wnioski

- Telefony komórkowe są urządzeniami, przez które na co dzień łączymy się z internetem.
- Średnio w internecie spędzamy 3 godziny i 35 minut dziennie.
- Średnio dziennie najwięcej czasu w internecie spędzają najmłodsi internauci, ponad 4 godziny.
- Użytkownicy internetu, w których gospodarstwie domowym są dzieci, spędzają więcej czasu online.
- Internauci spędzają 75% czasu online, korzystając z telefonów komórkowych
- Wraz z wiekiem spada znaczenie telefonu na rzecz komputerów, ale nawet najstarsi większą część czasu łączą się z siecią przez telefon.
- Wśród wszystkich objętych pomiarem domen tylko jedna ma liczbę użytkowników powyżej 20 mln.
- Trzy aplikacje mobilne mają liczbę użytkowników powyżej 20 milionów.
- W ujęciu miesięcznym większe zasięgi budują domeny niż aplikacje mobilne. Zasięgi dzienne dla domen i aplikacji mobilnych są bardziej zbliżone.
- 68% czasu spędzonego online to korzystanie z aplikacji mobilnych.
- Kategorie funkcjonalne Społeczności i Streaming cieszą się dużym zasięgiem i zaangażowaniem wśród internautów, natomiast kategoria Handel tradycyjny i e-commerce cechuje się niskim zaangażowaniem pomimo dużego zasięgu.
- Wśród kategorii tematycznych najwięcej czasu poświęcamy kategorii Kultura i rozrywka, która jednocześnie cieszy się największym zasięgiem.



Polskie
Badania
Internetu



MEDIAPANEL

Dowiedz się więcej

- ✉ biuro@pbi.org.pl
- 🌐 www.pbi.org.pl
- 📍 al. Jerozolimskie 65/79, biuro 11.31
00-697 Warszawa