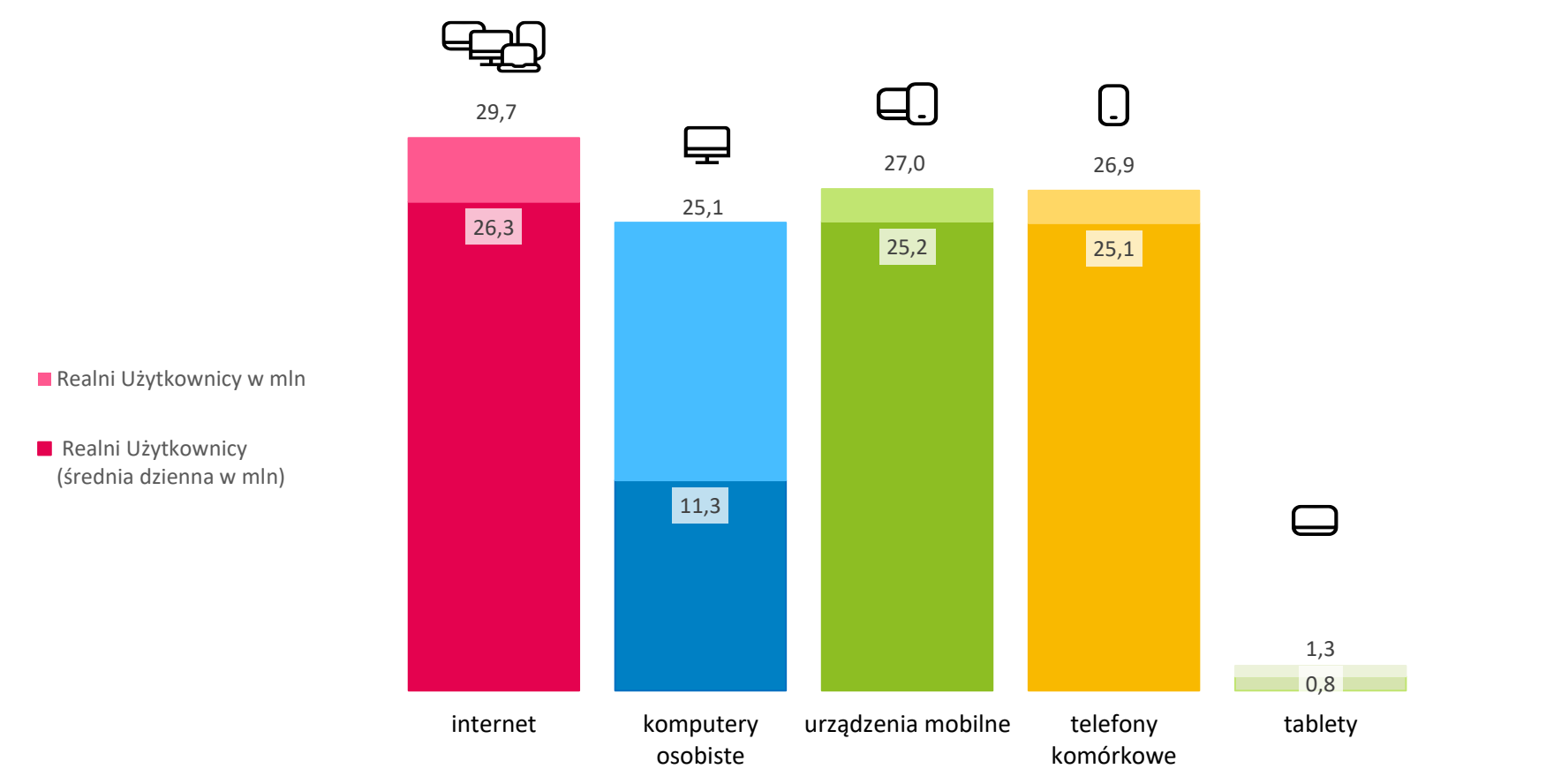


Użytkownicy internetu a urządzenia

Więcej internautów łączy się z siecią za pomocą urządzeń mobilnych niż komputerów osobistych. To właśnie smartfony stały się głównym narzędziem codziennego dostępu do sieci.

Urządzenia mobilne definiujemy w badaniu jako telefony komórkowe i tablety.

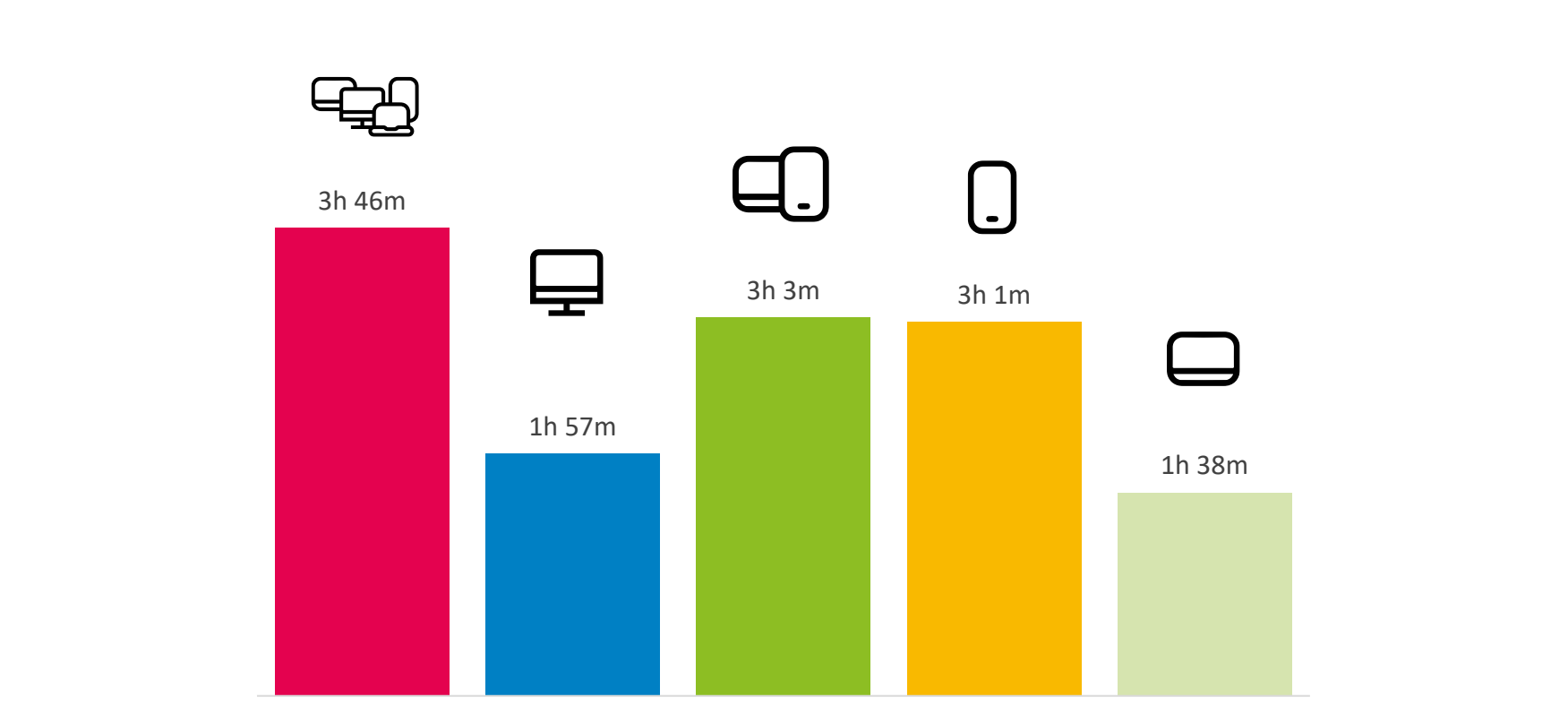


Mediapanel, Q1 2025
dane za pierwszy kwartał wyciągnięte jako średnia z trzech pierwszych miesięcy 2025
POLSKI INTERNET W Q1 2025

Średni czas na użytkownika

Przeciętny internauta spędza online 3 godziny i 46 minut dziennie, przy czym największy udział w tym czasie mają telefony komórkowe. Użytkownicy tych urządzeń korzystają z internetu średnio przez 3 godziny i 1 minut każdego dnia.

Urządzenia mobilne definiujemy w badaniu jako telefony komórkowe i tablety.

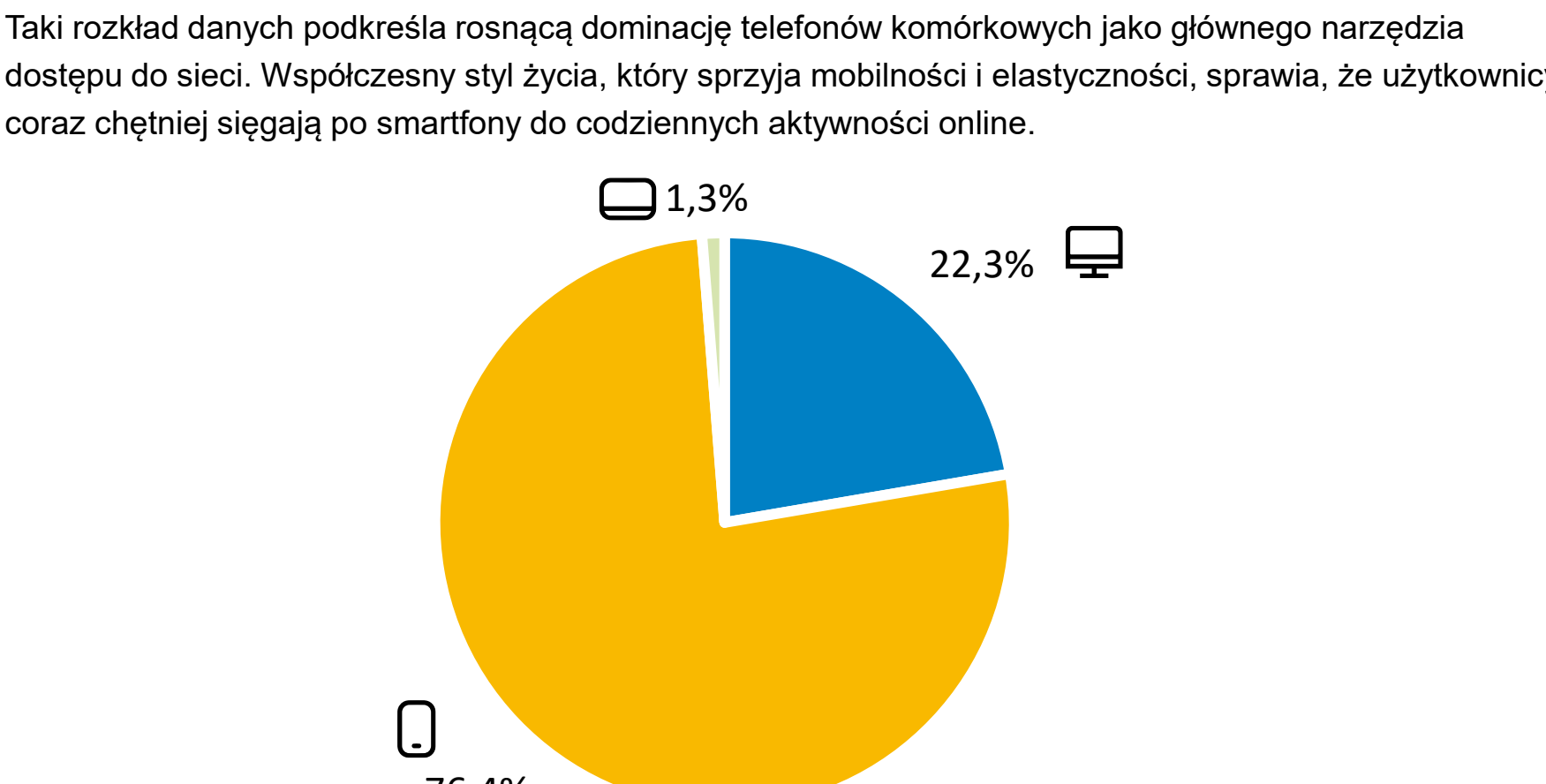


Mediapanel, Q1 2025
dane za pierwszy kwartał wyciągnięte jako średnia z trzech pierwszych miesięcy 2025
POLSKI INTERNET W Q1 2025

Czas w internecie a urządzenia

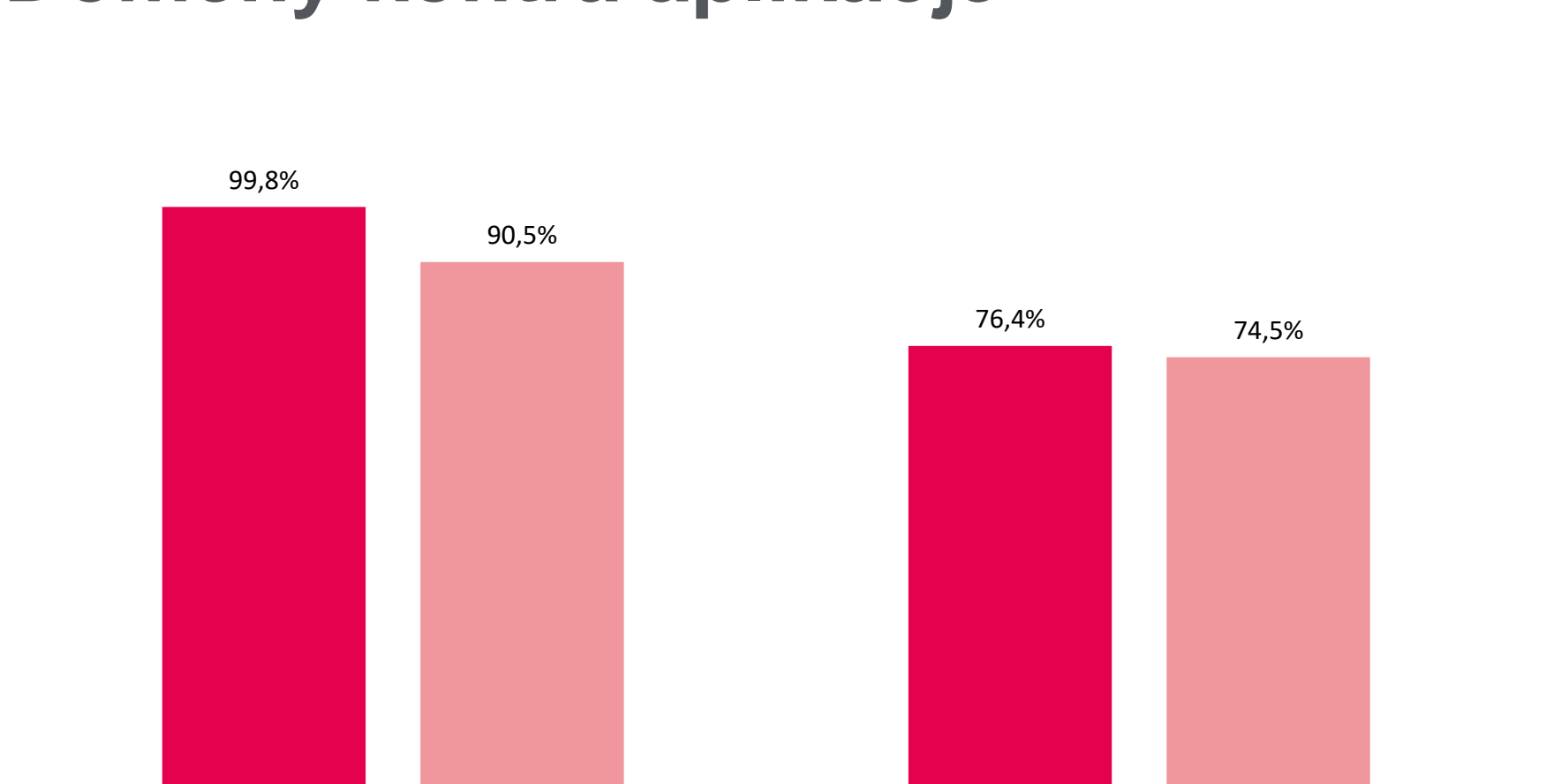
Najwięcej czasu spędzanego w internecie pochodzi z połączeń realizowanych za pośrednictwem telefonów komórkowych, które stanowią aż 76,4% całkowitego czasu online. Dla porównania, korzystanie z komputerów osobistych zajmuje tylko 22,3%, a tablety zaledwie 1,3% udziału czasu.

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.



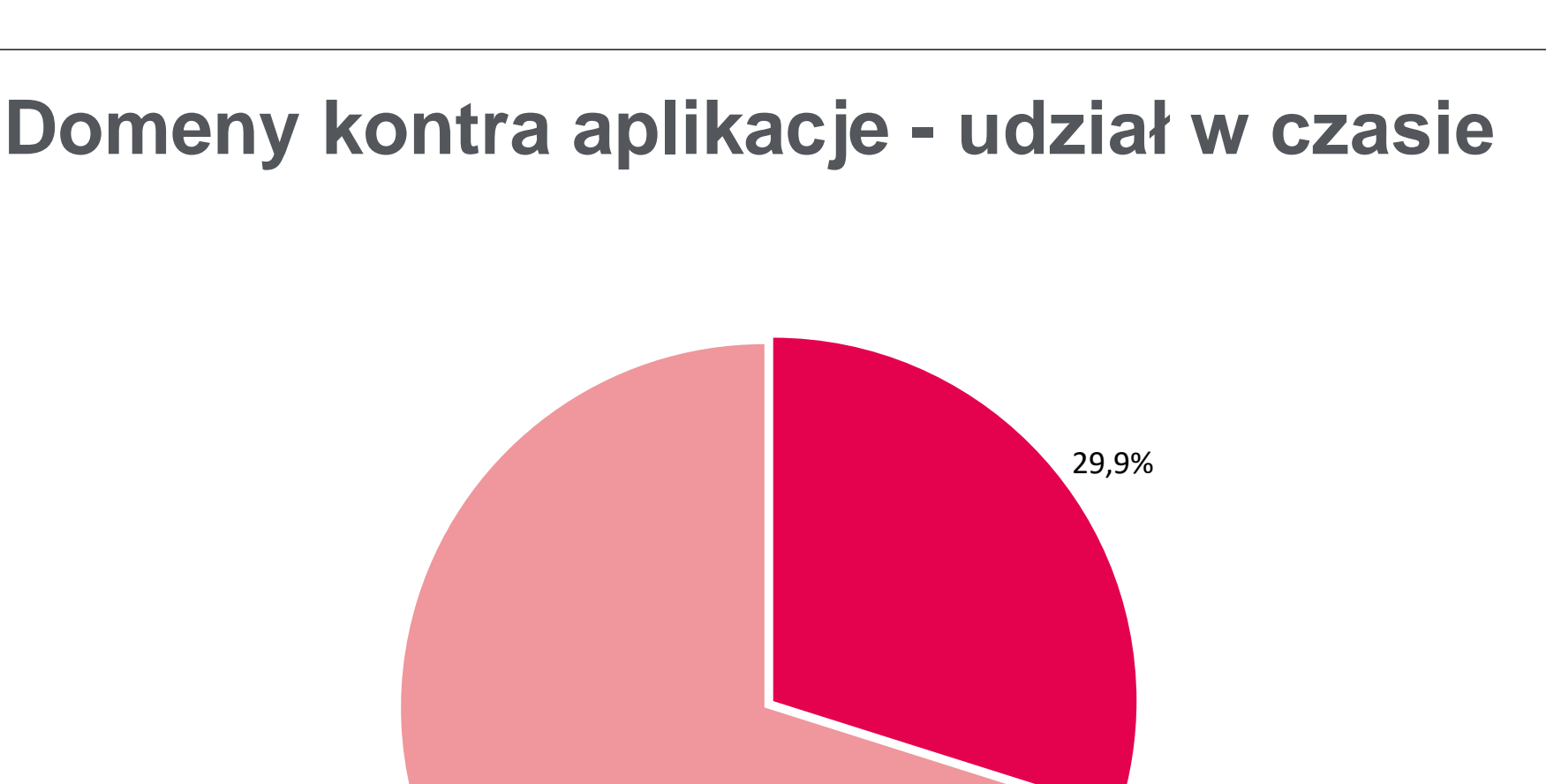
Mediapanel, Q1 2025
dane za pierwszy kwartał wyciągnięte jako średnia z trzech pierwszych miesięcy 2025
POLSKI INTERNET W Q1 2025

Domeny kontra aplikacje



Mediapanel, Q1 2025
dane za pierwszy kwartał wyciągnięte jako średnia z trzech pierwszych miesięcy 2025
POLSKI INTERNET W Q1 2025

Domeny kontra aplikacje - udział w czasie



Mediapanel, Q1 2025
dane za pierwszy kwartał wyciągnięte jako średnia z trzech pierwszych miesięcy 2025
POLSKI INTERNET W Q1 2025

Zasięg oraz średni 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 korzystania z treści.



Mediapanel, Q1 2025
dane za pierwszy kwartał wyciągnięte jako średnia z trzech pierwszych miesięcy 2025
POLSKI INTERNET W Q1 2025

Zmiana RU dla kategorii funkcjonalnych Q1 2025 vs Q4 2024

Kategorie Streaming i Społeczności oraz Handel tradycyjny i e-commerce notują spadek zasięgu o 1 punkt procentowy po wzroście odnotowanych w IV kwartale 2024 roku. Jak co roku, w pierwszym kwartale obserwujemy zainteresowanie kategorią Instytucje publiczne. Z kolei już drugi kwartał z rzędu obserwujemy wzrost popularności kategorii Serwisy ogłoszeniowe.



Mediapanel, Q1 2025
dane za pierwszy kwartał wyciągnięte jako średnia z trzech pierwszych miesięcy 2025
POLSKI INTERNET W Q1 2025