



Warszawa, 5 czerwca 2007

INTERNETOWE SERWISY BIZNESOWE W I KWARTALE 2007 ROKU

W pierwszym kwartale 2007 roku liczba użytkowników serwisów biznesowych w Internecie wzrosła o 24% w porównaniu do analogicznego okresu 2006 roku. W tym samym okresie liczba użytkowników polskiego Internetu wg badania Megapanel PBI/Gemius wzrosła o 18%. Największą dynamiką wzrostu w kategorii tematycznej Biznes, Finanse, Prawo charakteryzują się czołowe portale i witryny niezależne, których liczba użytkowników i odsłon rośnie szybciej niż w przypadku sekcji biznesowych największych portali horyzontalnych.

RYNEK REKLAMY INTERNETOWEJ

Pierwszy kwartał 2007 roku potwierdza, że obecnie najbardziej dynamicznie rosnącym medium na rynku reklamy w Polsce jest Internet. Wg raportu domu mediowego Starlink w pierwszym kwartale 2007 roku szacowana wartość rynku reklamowego w Polsce wyniosła 1 miliard 300 milionów złotych co oznacza wzrost o 10,7% w porównaniu do analogicznego okresu 2006 roku. Najwyższą dynamiką wzrostu osiągnęła reklama internetowa (+54,4%), reklama telewizyjna (+13,4%) oraz reklama kinowa (+12,4%)

Wg danych CR Media Consulting S.A. największy z estymowanych, bo aż 31% w 2007 roku, udział w wydatkach reklamowych w Internecie posiada branża finansowa. Branża ta charakteryzuje się stałym wzrostem swojego udziału w wydatkach na reklamę internetową i wszystko wskazuje, że tendencja ta w najbliższych kilkunastu miesiącach zostanie utrzymana. Z raportu CR Media Consulting S.A. wynika, że estymowana wartość rynku reklamy internetowej w Polsce na 2007 rok wyniesie 320 milionów złotych.

SERWISY BIZNESOWE W POLSKIM INTERNECIE

Od stycznia 2006 roku firma Gemius S.A. w badaniu Megapanel PBI/Gemius prezentuje autoryzowane 12 kategorii tematycznych. Przypisanie poszczególnych witryn do konkretnych kategorii tematycznych zostało dokonane po analizie każdej witryny biorącej udział w badaniu Megapanel PBI/Gemius i umieszczeniu jej w odpowiedniej kategorii zgodnie z ustalonymi przez Radę Badania stałymi regułami kategoryzacji.

Badanie Megapanel PBI/Gemius i podział na 12 kategorii tematycznych jest jedynym powszechnie uznanym standardem na rynku, który w przeciwieństwie do badań kwestionariuszowych pokazuje rzeczywiste, a nie deklarowane wyniki oglądalności poszczególnych witryn internetowych.

Jedną z kluczowych kategorii tematycznych dla reklamodawców jest kategoria Biznes, Finanse, Prawo, szczególnie istotna dla branży finansowej posiadającej największy udział w wydatkach na reklamę internetową. W pierwszym kwartale 2007 roku witryny zaliczane do tej kategorii tematycznej zanotowały w stosunku do analogicznego okresu 2006 roku wzrost liczby użytkowników o 24% i wzrost generowanych przez nich odsłon stron internetowych o 71%.

Najważniejszymi podmiotami w tej kategorii witryn są: sekcje biznesowe portali horyzontalnych i niezależne portale tematyczne. Pierwszy kwartał 2007 roku w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku pokazuje rosnące znaczenie portali i witryn niezależnych, których dynamika





wzrostu jest wyższa niż w przypadku sekcji biznesowych portali horyzontalnych. Wskazuje na to zarówno dynamika wzrostu liczby użytkowników jak i liczby odsłon. Pod względem liczby użytkowników zdecydowanie powyżej średniej rynkowej w tej kategorii rosły Bankier.pl (+68%), Money.pl (+45%) oraz eGospodarka.pl (+36%). Sekcje biznesowe portali horyzontalnych zanotowały wzrosty zbliżone do średniej rynkowej, która wyniosła 24%.

W styczniu 2007 roku zaszła pierwsza wyraźna zmiana potwierdzająca wzrastające znaczenie portali niezależnych. Na trzecią pozycję pod względem liczby użytkowników w kategorii Biznes, Finanse, Prawo awansował Bankier.pl, wyprzedzając, po raz pierwszy od rozpoczęcia publikacji kategorii tematycznych, sekcję biznesową portalu Interia.pl.

Liczba użytkowników

	Nazwa witryny	Q1 2006	Q1 2007	zmiana
1	Onet.pl - Serwisy biznesowe	2 108 870	2 635 674	25%
2	Wirtualna Polska - Serwisy biznesowe	1 445 636	1 747 442	21%
3	Bankier.pl - Serwisy biznesowe	833 865	1 397 734	68%
4	INTERIA.PL - Serwisy biznesowe	1 114 481	1 378 025	24%
5	Money.pl - Serwisy biznesowe	819 923	1 191 248	45%
6	Gazeta.pl - Serwisy biznesowe	756 833	928 827	23%
7	Grupa Wolters Kluwer Polska	892 891	876 279	-2%
8	INFOR.pl	656 893	747 131	14%
9	egospodarka.pl - pozostałe	504 388	687 020	36%
10	IDG - Serwisy biznesowe	307 448	416 934	36%
	Kategoria Biznes, Finanse, Prawo	6 367 546	7 927 221	24%

 -sekcje biznesowe portali horyzontalnych

Źródło: Megapanel PBI / Gemius, kategoria: biznes, finanse, prawo

Opisany powyżej trend i realne zagrożenie pozycji sekcji biznesowych portali horyzontalnych znajduje odzwierciedlenie również w rankingu pod względem liczby odsłon. Wskaźnik ten obrazuje intensywność korzystania z zasobów witryn internetowych i jest pośrednio miernikiem jakości prezentowanych przez nie treści i usług. W tym przypadku pierwsze miejsce przypadło sekcji biznesowej portalu Onet.pl, która średnio miesięcznie w pierwszym kwartale bieżącego roku notowała 67,9 miliona odsłon, ale już na drugiej pozycji uplasował się Bankier.pl z liczbą 47,3 miliona odsłon, wyprzedzając tym samym sekcje biznesowe portali Wirtualna Polska i Interia.pl o ponad 35%.

Pod względem dynamiki wzrostu liczby odsłon w pierwszym kwartale 2007 roku w stosunku do pierwszego kwartału 2006 roku powyżej średniej rynkowej, która wynosiła +71%, znalazły się: Bankier.pl (+242%) oraz serwisy biznesowe IDG (+95%), natomiast poniżej średniej wszystkie sekcje portali biznesowych oraz Money.pl (+64%).





Liczba odsłon

Lp.	Nazwa witryny	Q1 2006	Q1 2007	zmiana
1	Onet.pl - Serwisy biznesowe	43 272 657	67 911 413	57%
2	Bankier.pl - Serwisy biznesowe	13 841 606	47 342 212	242%
3	Wirtualna Polska - Serwisy biznesowe	24 153 294	34 512 442	43%
4	INTERIA.PL - Serwisy biznesowe	27 006 386	34 113 603	26%
5	Money.pl - Serwisy biznesowe	9 339 396	15 356 649	64%
6	INFOR.pl	7 728 227	11 135 750	44%
7	Gazeta.pl - Serwisy biznesowe	9 570 326	10 441 395	9%
8	Grupa Wolters Kluwer Polska	11 004 953	7 821 824	-29%
9	egospodarka.pl - pozostałe	2 298 240	2 891 604	26%
10	IDG - Serwisy biznesowe	781 609	1 525 769	95%
	Kategoria Biznes, Finanse, Prawo	206 270 585	353 428 941	71%

 -sekcje biznesowe portali horyzontalnych

Źródło: Megapanel PBI / Gemius, kategoria: biznes, finanse, prawo

SEKCJE BIZNESOWE PORTALI HORYZONTALNYCH

Kolejność sekcji biznesowych portali horyzontalnych w rankingu badania Megapanel PBI/Gemius w kategorii Biznes, Finanse, Prawo jest po pierwszym kwartale 2007 roku identyczna jak w analogicznym okresie 2006 roku i można powiedzieć, że w tej kwestii pomiędzy sekcjami biznesowymi portali horyzontalnych od długiego czasu panuje status quo. Na przestrzeni 12 miesięcy, najszybciej pod względem liczby użytkowników, rosła sekcja biznesowa Onet.pl (+25%), a tuż za nią uplasowała się sekcja biznesowa Interia.pl (+24%). Na trzecim i czwartym miejscu pod względem dynamiki wzrostu wśród sekcji biznesowych portali horyzontalnych znalazły się odpowiednio sekcje należące do portali: Gazeta.pl (+23%) i Wirtualna Polska (+21%).

Pod względem liczby odsłon sekcja biznesowa portalu Onet.pl (+57%) rozwijała się najbardziej dynamicznie. Drugie miejsce pod względem dynamiki zajęła sekcja biznesowa portalu Wirtualna Polska (+43%), co pozwoliło jej wyprzedzić pod względem liczby odsłon sekcję biznesową portalu Interia.pl (w jej przypadku wzrost wyniósł jedynie +26%). Najwolniej na przestrzeni ostatnich 12 miesięcy pod względem liczby odsłon rosła sekcja biznesowa portalu Gazeta.pl (+9%).

PORTALE I WITRYNY NIEZALEŻNE

W przeciwieństwie do względnie stabilnej sytuacji w obszarze sekcji biznesowych portali horyzontalnych istotne zmiany zachodzą wśród portali i witryn niezależnych wchodzących w skład kategorii Biznes, Finanse, Prawo. Są to zmiany zarówno w znaczeniu witryn jak i w ich biznesowych powiązaniach.

Zgrupowaniu ze względu na relacje właścicielskie uległy serwisy należące do wydawnictwa Wolters Kluwer Polska (serwisy abc.com.pl i lex.pl), wydawnictwa Infor (m. in. infor.pl i gazetaprawna.pl) oraz wydawnictwa IDG (CXO.pl i internetstandard.pl). Wszystkie one znajdują się obecnie w pierwszej dziesiątce kategorii tematycznej, zajmując wśród portali i witryn niezależnych odpowiednio trzecie, czwarte i szóste miejsce. Kolejność na dwóch pierwszych pozycjach nie zmieniła się, aczkolwiek różnica pomiędzy największym niezależnym portalem biznesowym Bankier.pl, a znajdującym się na drugiej pozycji Money.pl zwiększyła się z 2% do 17%.





Na sześć niezależnych portali i witryn biznesowych znajdujących się w pierwszej dziesiątce kategorii Biznes, Finanse, Prawo cztery z nich wykazały dynamikę wyższą od średniej. Liderami wzrostów w liczbie użytkowników są dwa największe portale niezależne, których dynamika wzrostu wyniosła odpowiednio: Bankier.pl (+68%) i Money.pl (+45%).

Kolejność portali i witryn niezależnych ze względu na - oddającą intensywność korzystania przez użytkowników - liczbę odsłon jest zbliżona do kolejności wynikającej z liczby użytkowników. Charakterystyczna jest natomiast zdecydowana przewaga Bankier.pl nad pozostałymi graczami. Strony serwisów biznesowych Bankier.pl odnotowały w pierwszym kwartale 2007 roku ponad 3 razy więcej odsłon niż drugie w kolejności Money.pl i ponad 4 razy więcej niż znajdujące na kolejnej pozycji serwisy biznesowe Infor.pl.

Dodatkowe informacje:

Maciej Klepacki

Rzecznik Prasowy

Bankier.pl S.A.

e-mail: m.klepacki@office.bankier.pl

tel: (+48 22) 630 85 57, 601 700 173

Centrum prasowe: <http://media.bankier.pl>

Szczegółowe informacje nt. metodologii przygotowania raportu

1. W rankingu zostało uwzględnionych dziesięć największych witryn pod względem liczby użytkowników w pierwszym kwartale 2007 roku w kategorii Biznes, Finanse, Prawo badania Megapanel PBI/Gemius
2. Do przygotowania rankingu zostały uwzględnione uśrednione wyniki badania Megapanel PBI/Gemius za pierwszy kwartał 2006 i 2007 w oparciu o miesięczne wyniki badania w kategorii Biznes, Finanse, Prawo.
3. W pierwszym kwartale 2006 roku poszczególne witryny grup wydawniczych występowały jako oddzielne podmioty. Na potrzebę symulacji pozycji łącznej grup wydawniczych w rankingu za pierwszy kwartał 2006 roku zostały przyjęte następujące założenia:
 - IDG serwisy biznesowe składają się z witryn: cxo.pl, internetstandard.pl
 - W skład INFOR.pl wchodzi: gazetaprawna.pl, infor.pl
 - Serwisy biznesowe Grupy Wolters Kluwer Polska składają się z witryn: abc.com.pl, lex.pl
4. Dane dotyczące wydatków reklamowych pochodzą z raportu domu mediowego Starlink: „Estymacja rynku reklamowego w Polsce po pierwszym kwartale 2007 r.” Dane są estymacjami netto inwestycji w reklamę, czyli szacowanymi kwotami wpływów reklamowych mediów po rabatach, ale przed podatkiem VAT
5. Dane prezentowane przez CR Media Consulting S.A. pochodzą z prezentacji na konferencji Internet 2K7 w dniu 3 marca 2007r.

