

Santander Consumer Bank ponownie wspiera akcję Biustowniczek: darmowe badania dla młodych kobiet

- Co czwarta kobieta w Polsce zamiast udać się do ginekologa, poszukuje informacji na temat swojego stanu zdrowia w Internecie – tak mówią dane z najnowszego badania Santander Consumer Banku: „Objawy w sieci”.
- To jeden z powodów, dla którego w 2026 roku „Biustowniczek” znowu wyruszą w Polskę. Akcja realizowana przez Fundację Nie Warto, we współpracy z Santander Consumer Bankiem, po raz kolejny odpowie na potrzeby kobiet w wieku 18-35 lat w obszarze zdrowia ginekologicznego.
- Fundamentem będą bezpłatne badania ultrasonograficzne piersi, wykonywane w mobilnych gabinetach w całej Polsce.
- W tym roku w okresie od marca do maja „Biustowniczek” dotrą do 9 miast: Wrocławia, Katowic, Łodzi, Warszawy, Bydgoszczy, Białegostoku, Krakowa, Gdańska i Bytomia. Badania będą prowadzone w popularnych galeriach handlowych.

Wrocław, 24 lutego 2026 r. – INFORMACJA PRASOWA

Zdrowie ginekologiczne jest jednym z kluczowych elementów ogólnego dobrostanu kobiet. Wczesna diagnostyka zmian w obrębie piersi i narządów rodnych pozwala skuteczniej leczyć choroby i zapobiegać ich poważnym konsekwencjom. Dlatego w 2026 roku „Biustowniczek” po raz trzeci ruszą w Polskę, aby badać i edukować kobiety w wieku 18-35 lat. To one, choć narażone na zachorowanie, jednocześnie nie są objęte programami profilaktyki raka piersi w ramach NFZ. W tym roku inicjatywie będzie towarzyszyć raport „Objawy w sieci”, poświęcony roli Internetu i sztucznej inteligencji w zakresie samodiagnozowania oraz poszukiwania i weryfikowania informacji medycznych.

Zdrowie w czasach online

Dostęp do informacji o zdrowiu jest dziś łatwiejszy niż kiedykolwiek, jednak wiele kobiet wciąż zmaga się z barierami, które utrudniają im regularną profilaktykę. Jak pokazał raport Santander Consumer Banku „Bezwstydnie zdrowe” z 2025 roku, aż 68 proc. kobiet uznaje zdrowie ginekologiczne za temat tabu, a co piąta zrezygnowała kiedyś z badania z powodu wstydu i obaw przed oceną. W takich warunkach Internet często staje się pierwszym, a czasem jedynym źródłem wiedzy i wsparcia. Właśnie dlatego tegoroczna edycja „Biustowniczek” koncentruje się na roli informacji online – ich potencjale edukacyjnym, ale też zagrożeniach związanych z dezinformacją i zastępowaniem konsultacji medycznych treściami znalezionymi w sieci.

– Kobiety w wieku od 18 do 35 lat pozostają poza systemowymi programami profilaktyki raka piersi, mimo że regularne badania są dla ich zdrowia tak samo ważne, jak dla starszych pokoleń. Właśnie dlatego Santander Consumer Bank już po raz trzeci wspiera akcję „Biustowniczek”, aby ułatwić młodym Polkom dostęp do bezpłatnych badań i rzetelnej wiedzy oraz budować świadomość, że profilaktyka to nie przymus i przykry obowiązek, a inwestycja w przyszłość – mówi Magdalena Grzelak, rzeczniczka prasowa z Santander Consumer Banku.

Szansa czy ryzyko?

Według wyników tegorocznego badania „Objawy w sieci” – co czwarta Polka, zamiast udać się do ginekologa, poszukuje informacji o swoim problemie zdrowotnym w Internecie. Prawie połowa z nich (49 proc.) ocenia w ten sposób, czy objawy wymagają wizyty. I choć powszechny dostęp do treści medycznych potrafi skłonić do konsultacji ze specjalistą to może również uspokoić czujność

i w konsekwencji sprawiać, że istotny problem zdrowotny zostanie zbagatelizowany i zdiagnozowany zbyt późno. Poważnym zagrożeniem są także pseudoeksperci, na których można natrafić w sieci. Propagowane przez nich treści, w skrajnych przypadkach, mogą wpływać na decyzje o dalszej diagnostyce. W tym kontekście szczególnie martwiący jest fakt, że aż 53 proc. badanych kobiet przyznaje, że nie potrafi do końca oceniać rzetelności informacji o z zdrowiu ginekologicznym, znalezionych online. Odpowiedzią na te wyzwania są akcje takie jak „Biustowniczeki”, które wychodzą poza Internet i oferują realne działania.

Zadbaj o zdrowie piersi w swoim mieście

W tym roku „Biustowniczeki” odwiedzą aż 9 miast w Polsce. Mobilne punkty diagnostyczne pojawią się w popularnych galeriach handlowych, a badania prowadzone będą przez doświadczony personel medyczny według następującego harmonogramu:

- Wrocław – 6-7 marca, CH Galeria Dominikańska
- Katowice – 14 marca, Galeria Katowicka
- Łódź – 21 marca CH Tulipan
- Warszawa – 28-29 marca, G City Promenada
- Bydgoszcz – 11 kwietnia, CH Focus
- Białystok – 18 kwietnia, G City Biała
- Kraków – 25-26 kwietnia, Galeria Bronowice
- Gdańsk – 9 maja, Galeria Przymorze
- Bytom – 16 maja, G City Plejada
- Warszawa – 23 maja, G City Targówek

Nie trzeba mieć ze sobą skierowania ani się rejestrować – wystarczy przyjść i skorzystać z badania. Organizatorzy zachęcają do zaproszenia również najbliższych – rodziny czy znajomych i wspólnego zadbania o zdrowie.

344 powody, dla których warto się badać

W 2025 roku, w ramach akcji „Biustowniczeki”, wykonano aż 2849 bezpłatnych badań USG piersi dla kobiet w wieku 18–35 lat. U 344 uczestniczek wykryto zmiany, a 41 z nich wymagało pilnej konsultacji ze specjalistą. Dodatkowo 1689 pań nauczyło się prawidłowego samobadania piersi.

Te liczby to nie tylko statystyki – to świadectwo, że regularna profilaktyka naprawdę ma znaczenie i nie warto odkładać zdrowia na później. Więcej informacji na temat akcji „Biustowniczeki” można znaleźć [TUTAJ](#).

Santander Consumer Bank – jest jednym z liderów rynku consumer finance w Polsce. Oferuje klientom szeroki zakres produktów obejmujący kredyty gotówkowe, kredyty ratalne, kredyt celowy, karty kredytowe oraz lokaty i rachunek oszczędnościowy. Produkty dystrybuowane są online oraz poprzez sieć oddziałów oraz sklepy i punkty usługowe. Więcej na www.santanderconsumer.pl

Dodatkowych informacji udziela:

Magdalena Grzelak

Dyrektorka ds. Komunikacji Wewnętrznej i Public Relations | Rzecznik Prasowy

tel. +48 601 161 442