

DİJİTAL REKLAM YATIRIMLARI 2015 YILINDA YÜZDE 19 ARTTI

DİJİTAL REKLAM PAZARI 2015 YILINDA

1.673,2 MİLYON TL'YE ULAŞTI

2015 AdEx-TR Dijital Reklam Yatırımları IAB Türkiye tarafından açıklandı. Araştırma sonuçlarına göre dijital reklam yatırımları, 2014 yılına oranla yüzde 18,8 oranında artarak 1.673,2 Milyon TL'ye ulaştı. Bir önceki seneye oranla en çok artış görülen kategoriler Mobil gösterim reklamları (%61,0), Video reklamları (%33,6) ve Oyun İçi Reklamlar (%30,6) oldu.

Araştırmanın çıktıları arasında, 2015'in birinci yarısında araştırma kapsamına ilk kez dahil edilen Sosyal medya ve Programatik yatırımları da yer aldı. Sonuçlara göre, 2015 yılında Programatik yatırımlarının 78,5 Milyon TL olduğu görülürken, sosyal medya yatırımları 208,1 Milyon TL olarak kaydedildi.

IAB Türkiye'nin yaptığı açıklamaya göre, display reklam yatırımları 2015 yılında 611,5 milyon TL oldu. Display reklamlar kategorisinde en büyük payı 399,60 milyon TL ile gösterim ya da tıklama bazlı reklam yatırımları aldı. Video reklam yatırımları 134,6 milyon TL olarak gerçekleşirken, sponsorluk reklam yatırımları 45,9 milyon TL'ye, gelir paylaşımli reklam yatırımları ise 31,4 milyon TL'ye ulaştı.

2015 yılında bir önceki senenin aynı dönemine oranla en fazla artış görülen kategoriler ise Mobil gösterim reklamları (%61,0), Video reklamları (%33,6) ve Oyun İçi Reklamlar (%30,6) oldu. Arama motoru reklam yatırımları 2015'te 892,2 milyon TL'ye ulaşırken, arama motoru reklam yatırımlarının alt kategorilerinde yer alan ücretli sıralama 588,5 milyon TL'ye; arama motoru görüntülü reklam yatırımları ise 303,7 milyon TL'ye çıktı.

2015 yılında en büyük artışı 41,6 milyon TL'ye ulaşan mobil gösterim reklam yatırımları yaşarken, aynı kategorideki mobil opt-in SMS/MMS yatırımları ise %15 düşüşle 27,5 milyon TL oldu. benzer bir şekilde düşüş yaşayan bir başka kategori e-posta oldu. E-posta yılı %3,5 düşüşle 6,2 milyon TL ile kapattı. Bu iki kategorideki düşüşte 2015'in ilk yarısında yürürlüğe giren Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un etkisi olduğu tahmin ediliyor.

Öte yandan İnternet ilan Sayfası reklam yatırımları 85,7 milyon TL'ye ulaşırken, Oyun içi reklamlar ise bu dönemde 8,5 milyon TL'ye yükseldi.

2015'te ilk kez açıklanan programatik (78,5 milyon TL) ve sosyal medya reklam yatırımları sektör için önemli bir veri oldu. 208,1 milyon TL'lik sosyal medya reklamları, hem mobil hem de display toplamları içinde yer alıyor.

IAB Türkiye Başkanı Dr. Mahmut Kurşun, 2015 yılı rakamlarını şöyle değerlendirdi: “Ülke ve sektör olarak zor bir dönemden geçiyoruz. Ancak yine de dijital, reklam endüstrisinin çekici gücü oldu. Bu trendin devam edeceğini düşünüyorum. Zaten veriler bunu net biçimde ortaya koyuyor. Örneğin, e-marketer 2015'te küresel reklam sektörünün 513 milyar \$'lık bir büyüklüğe ulaştığını, 159 milyar \$'lık hacimle dijitalin, toplamdan %31 pay aldığını hesaplıyor. 2016'da ise dijitalin toplamdaki payının %34'e çıkacağını, sektör %6 büyürken dijitalin %17'lik bir büyüme oranı yakalayacağını öngörüyor. 2017 yılında ise ABD'de de dijitalin televizyonu geçerek birinci sıraya yerleşeceğini tahmin ediyor. Bu perspektiften Türkiye'ye baktığımızda dijitalin, zor bir yıl olsa da 2015'te de çift haneli oranlarla büyümeyi sürdürdüğünü görüyoruz. 2016 da zorlu bir yıl olacak. Ekonomik konjonktürün yanı sıra, küresel ölçekte sektörün başını ağrıtan sorunlara hızla çözüm bulunacağını umuyorum. Bu bağlamda 2016'da dijitalin toplamdan aldığı %24'lük* payı arttırarak televizyona biraz daha yaklaşacağına inanıyorum.”

* IAB Türkiye, Reklamcılar Derneği ve Açık hava Reklamcılar Vakfı medya yatırım verileri analiz edilerek hesaplanmıştır.

Kategori	2014	2015	Değişim
	Milyon TL	Milyon TL	%
Dijital Reklam Yatırım Toplamı**	1.408,9	1.673,2	%18,8
Display Reklam Yatırımları	520,3	611,5	%17,5
Gösterim ya da tıklama bazlı reklam yatırımları	352,8	399,6	%13,3
Video reklam yatırımları	100,7	134,6	%33,6
Sponsorluk yatırımları	39,8	45,9	%15,3
Gelir paylaşımı reklam yatırımları	26,9	31,4	%16,8
Arama Motoru Reklam Yatırımları	733,4	892,2	%21,6
Ücretli sıralama yatırımları	492,3	588,5	%19,5
Arama motoru görüntülü reklam ağı yatırımları	241,1	303,7	%25,9
Mobil Reklam Yatırımları	58,2	69,2	%18,8
Mobil gösterim reklam yatırımları	25,9	41,6	%61,0
Mobil opt-in SMS/MMS yatırımı	32,4	27,5	-%15,0
İlan Sayfaları Reklam Yatırımları	84,1	85,7	%1,9
İlan sayfaları reklam yatırımları	84,1	85,7	%1,9
Diğer	12,9	14,6	%13,7
E-posta	6,4	6,2	-%3,5
Oyun-içi reklam	6,5	8,5	%30,6

**Tüm rakamlar IAB Türkiye tahminidir. Yaratıcı işler, CRM çalışmaları, SEO yatırımları hariçtir.

Programatik		78,5	
Sosyal medya		208,1	

IAB Türkiye

2007 yılında 23 katılımcıyla platform olarak kurulan IAB Türkiye, 2011'in Temmuz ayında dernekleşmiştir ve halen 190 üyesi bulunmaktadır. IAB Türkiye, endüstrinin bir bütün olarak, sağlıklı biçimde gelişmesine destek vermek için yarışmalardan ölçümlenmeye, endüstriyel standartların oluşturulmasından eğitimlere kadar pek çok alanda faaliyet gösterir ve sektöre yön veren etkinlikler yapar. www.iabturkiye.org