

Mobil Reklam Yatırımları 2015'te 37 Milyar €'ya Ulaştı

2015 yılında mobil gösterim reklam yatırımları %92,6'lık artışla 19 milyar €'ya (26 milyar \$) ulaşırken mobil arama reklam yatırımları 16 milyar € oldu.

IAB Avrupa ve IHS'nin açıkladığı global mobil reklam yatırımları rakamlarına göre, 2014 yılında 22 milyar € (29 milyar \$) olan mobil reklam yatırımları 2015 yılında %68.2'lik artışla 37 milyar €'ya (49 milyar \$) ulaştı. Bu artışta mobil odaklı tüketici dünyası ve gelişen pazarlama teknolojileri etkili oldu.

Açıklanan rapora göre mobil gösterim %92,6 oranındaki artışla en yüksek büyümeyi elde ederken, mobil arama reklam yatırımları %51,8'lik artışla ikinciliği aldı. Kullanıcıların operatörlerin sunduğu mesajlaşma servislerinden, uygulama bazlı mesajlaşma platformlarına kaymasıyla mesajlaşmadaki artış %20 oldu.

2015 yılında, mobil gösterim reklam yatırımları 19 milyar € (26 milyar \$) ile mobil reklam yatırımlarının %52,3'ünü oluştururken, mobil arama yatırımları 16 milyar € (21 milyar \$) ile tüm mobil reklam yatırımlarından %42,8'lik pay aldı. Mesajlaşma reklam yatırımları ise 2 milyar € (2,4 milyar \$) ile %5 pay elde etti.

2015 yılındaki 37 milyar € (49 milyar \$)'luk global mobil reklam yatırımlarının bölgelere göre dağılımı ise şu şekilde gerçekleşti:

- Kuzey Amerika: %45
- Asya-Pasifik: %34
- Avrupa: %19
- Orta Doğu & Afrika: %0,9
- Latin Amerika: %0,7

Yıllık büyüme oranlarına bakıldığında ise %69'lük oranla Asya-Pasifik bölgesinin önde olduğu dikkat çekti. Orta Doğu ve Afrika haricindeki diğer tüm bölgelerde %50'nin üzerinde bir artış görüldü:

- Asya-Pasifik – %69
- Kuzey Amerika – %67
- Latin Amerika – %60
- Avrupa – %58
- Orta Doğu & Afrika – %37

IAB Avrupa CEO'su Townsend Feehan, yatırımlarla ilgili şu yorumda bulundu: *“Global mobil reklam yatırım rakamları bize bu kanalın dijital reklamcılığın gelişimi için önemli bir unsur olduğunu gösteriyor. Display reklamlarındaki artış ise, reklamverenlerin tüketicilerine ulaşabilmek için mobilin önemini bir kez daha ortaya koyuyor. Mobilin; ajansların, reklamverenlerin ve yayıncıların müşteri yolculuğunu anlayabilmelerindeki rolü giderek artıyor.”*



IAB Başkan Yardımcısı ve Mobil & Video Genel Müdürü Anna Bager ise raporu şu şekilde değerlendirdi: *“Global rakamlar, mobilin kritik bir platform olduğunun markalar tarafından benimsediğini gösteriyor. ABD mobil reklamcılığında, %67 gibi bir oranla olağanüstü bir yıllık büyüme yaşıyoruz. Bu noktada hedef kitlelere ulaşmada küçük ekranların gücünün tüm dünyada böylesine bir artan gidişatı sağlaması çok da sürpriz olmadı.”*

IHS Reklam Araştırmaları Direktörü Daniel Knapp ise yatırımlarla ilgili şu sözleri söyledi: *“Bu araştırma mobilin online reklamcılık pazarını geliştirmeye devam ettiğini gösteriyor. Rakamlar, tüm sektörün bir araya gelerek mobil reklamcılık altyapısında yaptıkları geliştirmelerle de destekleniyor. Teknoloji, ölçümleme ve yaratıcı çalışmalarındaki gelişmelere ulaşmak için önemli bir destek sağlıyor.”*

IAB Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Kurşun mobilin Türkiye’deki gelişimini *“Mobil Türkiye’de de hızla büyüyor. IAB Türkiye olarak açıkladığımız AdEx-TR 2016 ilk yarı Dijital Reklam Yatırımları raporuna göre, mobil display reklam yatırımları 145 milyon TL’ye ulaştı. Bu büyümenin önümüzdeki dönemlerde de sürmesini ve mobilin dijital reklam yatırımları içindeki payının artmasını bekliyoruz.”* sözleriyle değerlendirdi.

Raporun tamamına [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

IAB Türkiye Hakkında

43 ülkede faaliyet gösteren IAB (Interactive Advertising Bureau), tüm dünyada interaktif reklamcılığın gelişmesi, reklam yatırımlarından daha fazla pay alması için çalışıyor. Bu amaç doğrultusunda reklamverenlere, ajanslara ve medya ajanslarına interaktif iletişimin katma değerini anlatıyor. Kamu nezdinde yürüttüğü çeşitli faaliyetlerle endüstrinin doğru ve nitelikli biçimde büyümesine katkı sağlıyor. Merkezi Amerika da bulunan IAB’nin, Avrupa’daki ülke bazlı örgütlenmesi IAB Europe tarafından koordine ediliyor. IAB Türkiye, dijital endüstride reklam ve pazarlama alanlarında düzenleme yapmak üzere 23 sektör temsilcisi tarafından, 2007’de bir platform olarak kuruldu ve 2011 Temmuz ayında dernekleşme sürecini tamamladı. IAB Türkiye’nin şu an 189 üyesi bulunuyor.