

DİJİTAL REKLAM PAZARI 6 AYDA 650 MİLYON TL'YE ULAŞTI**DİJİTAL REKLAM YATIRIMLARI YILIN İLK YARISINDA YÜZDE 20,1 BÜYÜDÜ**

IAB Türkiye, 2014 yılı AdEx-TR Ocak – Haziran dönemi dijital reklam yatırımlarını açıkladı. Açıklamaya göre dijital reklam yatırımları, 2014'ün ilk 6 aylık döneminde, 2013'ün aynı dönemine göre yüzde 20.1 büyüyerek yalnızca 6 aylık toplamda 650 milyon TL'ye ulaştı.

IAB Türkiye'nin yaptığı açıklamaya göre, display reklam yatırımları 6 aylık toplamı 247 milyon TL oldu. Display yatırımlardaki artış yüzde 14,8 düzeyinde gerçekleşti. Display reklamlar kategorisinde en büyük artış yüzde 38,4 ile video reklam yatırımlarında görüldü. Video reklam yatırımları 43 milyon TL oldu. Gösterim ya da tıklama bazlı reklam yatırımları yüzde 10,2 oranında büyüyerek 172 milyon TL'ye ulaştı. Sponsorluk dijital reklam yatırımları ise yüzde 11,4 artarak, 19 milyon TL'ye çıktı. Gelir paylaşımli reklam yatırımları ise yüzde 21,2 büyüme ile 13 milyon TL'ye erişti.

2014 yılı AdEx-TR verilerine göre, 6 aylık dönemde en yüksek pay 335 milyon TL'lik yatırım ile arama motoru reklamlarının oldu. Arama motoru reklam yatırımları, 2013'ün aynı dönemine göre yüzde 25,4 oranında arttı. Arama motoru reklam yatırımlarının alt kategorilerinde yer alan ücretli sıralama yatırımları yüzde 24,5 oranında artarak 221 milyon TL olurken, arama motoru görüntülü reklam yatırımları yüzde 27,3'lük artışla 114 milyon TL oldu.

Mobil reklam yatırımlarının 6 aylık dönemdeki artışı ise yüzde 25,1 oldu. Yatırım toplamı 25 milyon TL'ye çıktı. Bu kategoride yer alan, mobil gösterim reklam yatırımlarında yüzde 37,1; mobil opt-in SMS/MMS yatırımlarında ise yüzde 18,3 büyüme gözlemlendi.

IAB'nin 2014 ilk 6 aylık dijital reklam yatırımları verilerine göre, internet ilan sayfası reklam yatırımları 37 milyon TL'ye ulaştı. Giderek büyüyen e-posta ve oyun içi reklamlar ise altı aylık dönemde 3'er milyon TL oldu.

IAB Türkiye 2014 ilk altı ay Dijital Reklam Harcamaları*

Kategori	2014 Yarıyıl	2103 - 2014 Yarıyıl Değişim Oranları
	Milyon TL	%
Dijital Reklam Yatırım Toplamı	650	20,1%
Display Reklam Yatırımları	247	14,8%
Gösterim ya da tıklama bazlı reklam yatırımları	172	10,2%
Video reklam yatırımları	43	38,4%
Sponsorluk yatırımları	19	11,4%
Gelir paylaşımı reklam yatırımları	13	21,2%
Arama Motoru Reklam Yatırımları	335	25,4%
Ücretli sıralama yatırımları	221	24,5%
Arama motoru görüntülü reklam ağı yatırımları	114	27,3%
Mobil Reklam Yatırımları	25	25,1%
Mobil gösterim reklam yatırımları	10	37,1%
Mobil opt-in SMS/MMS yatırımı	15	18,3%
İlan Sayfaları Reklam Yatırımları	37	8,4%
İlan sayfaları reklam yatırımları	37	8,4%
Diğerleri	6	17,4%
E-posta	3	14,1%
Oyun-içi reklam	3	21,1%

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

IAB Türkiye

42 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 196 üyesi bulunuyor. Ayrıntılı bilgi için; www.iabturkiye.org