

**Dijital Tüketim Yaygınlaşıyor, Dijital Reklam Yatırımları Yükseliyor!****IAB TÜRKİYE, 2011 DİJİTAL REKLAM YATIRIMLARINI AÇIKLADI,  
2011 TOPLAMI 721 MİLYON TL OLDU!**

Tüm dünyada dijital pazarlama endüstrisinin gelişmesi için kurulan ve halen 33 ülkede faaliyet gösteren IAB'nin (Interactive Advertisement Bureau) Türkiye merkezi IAB Türkiye, "2011 Dijital Reklam Yatırımlarını" nı açıkladı.

IAB Türkiye 2007 yılında; Türkiye'de dijital pazarlama endüstrisinde düzenleme yapmak, sektörün uluslararası standartlarda gelişmesine katkı sağlamak, Türkiye'yi küresel pazarda en doğru şekilde tanıtmak amacıyla 23 sektör temsilcisi tarafından bir platform olarak kuruldu. 2011'in Temmuz ayında dernekleşme sürecini tamamlayan IAB Türkiye, son yıllarda ciddi artış gösteren "Dijital Reklam Yatırımları"nın 2011 yılındaki hacmini ilk kez açıkladı.

İstanbul Şişhane'deki X Restaurant'ta, 27 Mart Salı günü IAB Türkiye Başkanı Ahmet Pura'nın, İcra Kurulu Üyeleri ile birlikte açıkladığı 2011 Dijital Reklam Yatırımları Raporu AdEx-tr, kısımları ve tanımlarıyla birlikte sunuldu.

IAB Türkiye 2011 Dijital Reklam Harcamaları Raporu'na göre;

- Display, arama raporu, mobil reklam, ilan sayfaları, e-posta, in game advertising gibi uygulamalardan oluşan internet reklam yatırımları toplamı; 721 milyon TL,
- Gösterim/tıklanma bazlı reklam, video, sponsorluk ve gelir paylaşımli reklam yatırımlarından oluşan "Display Reklam Yatırımları"; 294 milyon TL,
- Ücretli sıralama, arama motoru görüntülü reklam ağından oluşan "Arama Motoru Reklam Yatırımları"; 339 milyon TL,
- Mobil gösterim ve mobil opt-in SMS/MMS'den oluşan "Mobil Reklam Yatırımları" 25 milyon TL, oldu.
- İlan sayfaları reklam yatırımları 58 milyon TL olurken, e-posta ve in game advertising reklam yatırımları toplamı 5 milyon TL olarak gerçekleşti.

## IAB Türkiye 2011 Dijital Reklam Harcamaları\*

	Milyon TL
<b>İnternet Reklam Yatırımları Toplamı</b>	<b>721**</b>
<b>Display Reklam Yatırımları</b>	<b>294</b>
Gösterim ya da tıklama bazlı reklam yatırımları	236
Video reklam yatırımları	22
Sponsorluk yatırımları	23
Gelir paylaşımı reklam yatırımları	13
<b>Arama Motoru Reklam Yatırımları</b>	<b>339</b>
Ücretli sıralama yatırımları	230
Arama motoru görüntülü reklam ağı yatırımları	109
<b>Mobil Reklam Yatırımları</b>	<b>25</b>
Mobil gösterim reklam yatırımları	6
Mobil opt-in SMS/MMS yatırımı	19
<b>İlan Sayfaları Reklam Yatırımları</b>	<b>58</b>
İlan sayfaları reklam yatırımları	58
<b>Diğer</b>	<b>5</b>
E-posta	3
In-game advertising	2

\* Tüm rakamlar IAB Türkiye tahminidir.

\*\* Yaratıcı işler, CRM çalışmaları, SEO yatırımları hariçtir.

IAB Türkiye Başkanı Ahmet Pura toplantıda “İnternetin ‘en hızlı gelişen mecra’ ünvanını koruduğunu gördük. Türkiye’nin büyüme trendi dünya ile benzerlik gösteriyor. Örneğin World Federation of Advertisers (WFA) 2011 yılı dünya toplam reklam yatırımlarının büyüklüğünü 501,7 milyar \$ olarak öngörürken, Boston Consulting Group’un yaptığı bir araştırmaya göre, 2010’da tek başına ABD’de internet ekonomisinin büyüklüğü 684 milyar \$’a ulaşmış, GSMH’den aldığı pay %4,7’ye çıkmış. Bu araştırma internetin 2016’ya kadar dünyanın ilk 20 ülkesinde ortalama %10 büyüyeceğini, bu rakamın gelişmekte olan ülkelerde iki katına çıkacağını ortaya koyuyor.

Benzer şekilde ZenithOptimedia’nın 2012 Mart tarihli araştırması, internet reklam yatırımlarının 2014’e kadar yılda ortalama %21 artacağını öngörüyor. Araştırma, bu dönemde özellikle display ve ücretli arama reklam modellerinin öne çıkacağını gösteriyor. Türkiye verileri, uluslararası araştırmalarda öngörülenlere uygun bir seyir izliyor” dedi.

Türkiye’nin, 25 milyon kullanıcı sayısı\*\*\* ile internet nüfusu açısından bölgesinde Rusya’dan sonra ikinci büyük ülke konumunda olduğunu vurgulayan Ahmet Pura, internet kullanıcılarının %56’sının erkek, %44’ünün kadın\*\*\* olduğuna, ayda ortalama 49:45 saatini\*\*\* internette geçirdiklerine dikkat çekerek internetin medya tüketim alışkanlıklarını değiştirdiğini belirtti. Örneğin\*\*\*\* 15-34 yaş aralığında, internetten televizyon izliyorum diyenlerin oranı



toplamda %74,41 iken, internetten radyo dinliyorum diyenlerin oranı %76,21, gazete okuyorum diyenlerin oranının ise %69,33 olduğunu belirtti.

Ahmet Pura toplantıda ayrıca IAB Türkiye'nin kısa ve orta vadeli hedeflerini de paylaştı. Pura şunları söyledi: "IAB Türkiye, ajans – reklamveren – medya üçlüsünün aynı çatı altında bulunduğu, sektörün ortak yararı için birlikte çalıştığı bir meslek örgütü. Bu özellik IAB'yi benzersiz kılıyor, farklı bakış açılarının analiz edilmesine, sektöre bütünsel bir anlayışla yaklaşılmasına imkan veriyor. Dijital dünya hızla geliyor. Pazarlama iletişiminin, marka yönetiminin, işletmelerin paradigmaları değişiyor. Konvansiyonel akıl dijital akla dönüşüyor. Bu ortamda gençliğin dinamizmi ile deneyimi birleştirdik. Hedefimiz dönüşümün uluslararası standartlarda gerçekleşmesine destek vermek, sürdürülebilir bir büyüme modeli geliştirilmesine katkı sağlamak, kontrolsüzlüğün yol açabileceği tehlikelerin önüne geçerek, sektörel denetim mekanizmalarını geliştirmek, Türkiye'yi EMEA bölgesinin dijital hub'ına dönüştürmek. Bu hedefler doğrultusunda çeşitli çalışmalar başlatmış bulunuyoruz. Avrupa'nın önemli dijital organizasyonları arasında yer alan Interact'ı İstanbul'a almak, atılacak ilk adımlar arasında bulunuyor. Ayrıca IAB Europe Yönetim Kurulu'na girmeyi ve IAB'nin uluslararası yapılanmasında öne çıkan ülkeler arasında yer almayı amaçlıyoruz. "

[www.iab-turkiye.org](http://www.iab-turkiye.org)

[info@iabturkiye.org](mailto:info@iabturkiye.org)

\*\*\*Kaynak: Gemius SA

\*\*\*\*Kaynak: IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması Kasım 2011

### **Bilgi ve İletişim**

**On İletişim: (212) 291 18 48**

**Efkan Kula: (0533) 277 82 40 [efkan.kula@oniletisim.com](mailto:efkan.kula@oniletisim.com)**

**Mine Alpaslan: (0533) 278 82 45 [mine.alpaslan@oniletisim.com](mailto:mine.alpaslan@oniletisim.com)**