

IAB TÜRKİYE 2018 DİJİTAL REKLAM YATIRIMLARINI AÇIKLADI.

**DİJİTAL 2018'DE %14,2 BÜYÜDÜ.
PAZAR 2,47 MİLYAR TL'LİK BİR BÜYÜKLÜĞE ULAŞTI.**

IAB Türkiye'nin yaptığı açıklamaya göre, display reklam yatırımları 2018'de yüzde 15 büyüyerek 1,41 milyar TL oldu. Display reklamlar kategorisinde en büyük payı 959 milyon TL ile Gösterim ya da Tıklama Bazlı Reklam Yatırımları aldı. Video reklam yatırımları yüzde 31'lik büyümeyle 353 milyon TL olarak gerçekleşirken, Native 101 milyon TL'ye ulaştı.



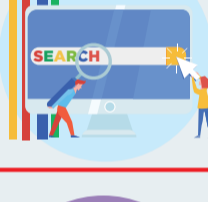


Ücretli Sıralama Yatırımlarını içeren Arama Motoru Reklam Yatırımlarının büyüklüğü 923 milyon TL olurken, İlan Sayfaları Reklam Yatırımları 113 milyon TL'ye çıktı. Geçtiğimiz dönemlerde küçülme gözlemlenen E-posta yaklaşık 5 milyon TL'lik yatırımla bir önceki döneme göre %3 küçüldü. Oyun İçi reklamlar ise 17 milyon TL'lik büyüklüğe erişti.

Mobil reklam yatırımları 1,4 milyar TL olurken, 411 milyon TL'lik büyüklüğe ulaşan Sosyal Medya reklamlarının %79'u mobil cihazlarda yer aldı. Programatik satın alma 2018'de de artışını sürdürdü ve büyüklüğü 1,64 milyar TL'ye çıktı.

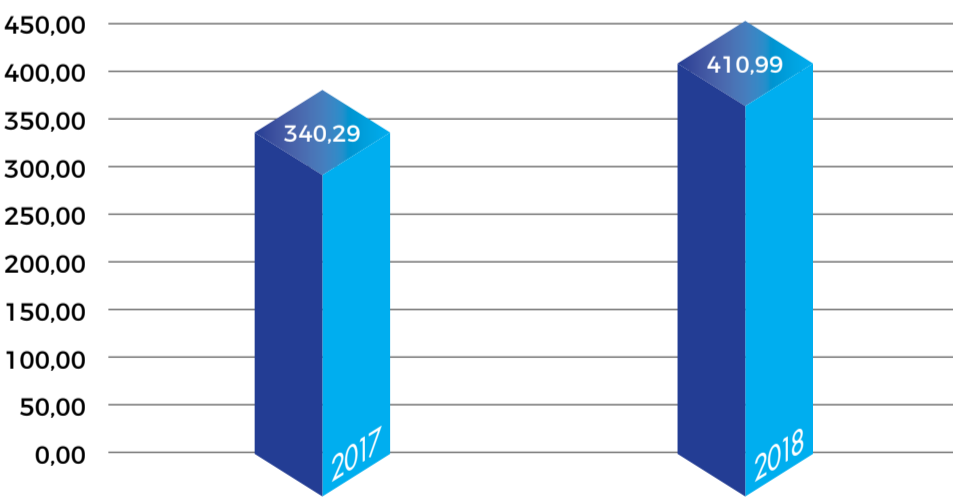
2018 dijital reklam yatırımlarını değerlendiren IAB Türkiye Başkanı Neslihan Olcay, "e-Marketer 2018'de global reklam yatırımlarının 628,6 milyar \$'a ulaşacağını ve %43,5'lik payla dijitalin reklam endüstrisinin çekici gücü olacağını öngörüyor. Türkiye, görece zor olarak değerlendirebileceğimiz bir dönemde dijitalde yine çift haneli büyümeyi başardı. 2018'de %31'lik büyüme ile öne çıkan videonun, Adil Kullanım Kotasının kalkmasıyla birlikte 2019'da da benzer bir çizgiyi takip edeceğini öngörüyoruz. Önümüzdeki yıl itibarıyla IAB Türkiye AdEx-TR'nin hesaplanmasında metodolojik bir değişikliğe gitmek ve sektöre daha ayrıntılı bilgi vermek de planlarımız arasında yer alıyor.

Bu bağlamda yeni dönem planlarımız içinde öne çıkanlardan kısaca bahsedeyim. Yeni oluşturacağımız Araştırma Yürütme Kurulu, AdEx-TR'nin yanı sıra Türkiye pazarına yönelik farklı araştırmaları yürütmekle yükümlü olacak ve hem sektöre hem de yabancı yatırımcıya karar verme süreçlerinde destek olacak yeni çalışmalar yapacak.

2019'da B2B (Business to Business), birkaç sene içinde de M2M (Machine to machine) pazarlamanın büyümeyi destekleyeceği öngörüsüyle yeni Çalışma Grupları da kuracağız. Ayrıca dijitalin reklamın ötesine geçtiği günümüzde Dolaysız Marka Ekonomisi de gündemimizde önemli bir yer tutacak. Ve elbette mevcut çalışmalarımızı da her dönemde olduğu gibi geliştirerek sürdüreceğiz." dedi.

	2017 Mio TL	2018 Mio TL	Değişim
 Dijital Reklam Yatırım Toplamı	2.162,55	2.470,56	14,24%
 Display Reklam Yatırımları Gösterim ya da tıklama bazlı Video reklam yatırımları Native	1.227,75 879,66 269,50 78,59	1.412,75 958,85 352,65 101,26	15,07% 9,00% 30,85% 28,85%
 Arama Motoru Reklam Yatırımları Ücretli sıralama yatırımları	814,49 814,49	923,25 923,25	13,35% 13,35%
 İlan Sayfaları Reklam Yatırımları	102,51	112,97	10,21%
 Diğerleri E-posta In-game advertising	17,80 5,13 12,67	21,58 4,98 16,61	21,24% -3,02% 31,06%

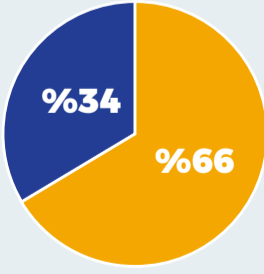
Sosyal Medya Reklam Yatırımları



BÜYÜME

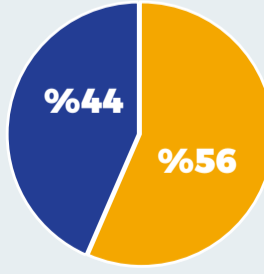
%21

2018 Dijital Reklam Yatırımları



■ Programatik ■ Klasik

2018 Dijital Reklam Yatırımları



■ Masaüstü ■ Mobil

Sosyal Medya, Mobil ve Programatik, Format Bazlı Dijital Reklam Yatırımları içinde yer aldığından ayrıca toplama eklenmemelidir.

Direkt satınalmalar rapor kapsamında değildir.

IAB Türkiye Hakkında

47 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 152 üyesi bulunuyor.