



## IAB TÜRKİYE 2016 YILI DİJİTAL REKLAM YATIRIMLARINI AÇIKLADI.

**DİJİTAL 2016'DA YİNE ÇİFT HANELİ BÜYÜDÜ.  
PAZAR GEÇTİĞİMİZ YIL 1.872,4 MİLYON TL'LİK BİR  
BÜYÜKLÜĞE ULAŞTI.**

**2016 yılı Dijital Reklam Yatırımları IAB Türkiye tarafından açıklandı. IAB Türkiye AdEx-TR sonuçlarına göre dijital reklam yatırımları, 2015 yılına göre yüzde 13,7 oranında artarak 1.872,4 Milyon TL'ye ulaştı.**

**IAB Türkiye yetkilileri, sektördeki gelişmelere paralel olarak bu yıl verinin analizinde değişikliğe gidildiğini ve Mobil'in format olmaktan çıkarılarak platform olarak konumlandırıldığını hatırlattı. AdEx-TR analizinde yapılan bir diğer önemli değişiklik ise, Arama Motoru Reklamları başlığı altında artık sadece Ücretli Sıralama Yatırımlarının olması, esasen display olan Arama Motoru Görüntülü Reklam Ağı yatırımlarının Gösterim ya da Tıklama Bazlı Reklam Yatırımlarının içine alınması oldu.**

IAB Türkiye'nin yaptığı açıklamaya göre, display reklam yatırımları 2016'da yüzde 11 büyüyerek 1.059,1 milyon TL oldu. Display reklamlar kategorisinde en büyük payı 821,4 milyon TL ile Gösterim ya da Tıklama Bazlı Reklam Yatırımları aldı. Video reklam yatırımları yüzde 34'lük büyümeyle 179,8 milyon TL olarak gerçekleşirken, sponsorluk reklamlarının yerini alan Native 58 milyon TL'ye ulaştı.

Arama Motoru Reklam Yatırımlarının büyüklüğü 706,6 milyon TL olurken, İlan Sayfaları Reklam Yatırımları 91,1 milyon TL'ye çıktı. Geçen yıl Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un etkisine bağlı olarak küçüldüğü tahmin edilen E-posta, küçülmeyi sürdürdü ve 5,6 milyon TL oldu. Buna karşılık Oyun İç reklam 10 milyon TL'lik büyüklüğe erişti.

1.872,4 milyon TL'lik toplam dijital reklam yatırımlarının 601 milyon TL'si display, arama motoru, ilan sayfaları, e-posta ve oyun iç reklam dahil olmak üzere mobil platformlarda gerçekleşti. 262,4 milyon TL'lik büyüklüğe ulaşan Sosyal Medya reklamlarının yüzde 64'ü mobil cihazlarda yer aldı. 2016'da programatik satın almanın artışı sürdü ve büyüklüğü 993,8 milyon TL'ye çıktı.

IAB Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Mahmut Kurşun 2016 yılını, "Yılın ilk yarısında dijital %20'lik büyümeyle mükemmel bir performans sergilemişti. Ancak ikinci yarı bilinen nedenlerden ötürü bir yavaşlama yaşandı. Bu da yıl toplamını etkiledi. Ancak %14'lük bir büyüme yine de bizleri memnun etti. Dijital tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de reklam sektörünün çekici gücü olmaya devam ediyor. Öte yandan dijital transformasyon iş dünyasının önemli gündem maddelerinden biri. Accenture Strategy – Digital Disruption Growth Multiplier raporu dijital ekonominin dünya ekonomisinin %22,5'ini oluşturduğunu ortaya koyuyor. IAB Türkiye'nin Ipsos ve Boğaziçi Üniversitesi İdari Bilimler Fakültesi işbirliğiyle hazırladığı Dijital Reklamın Ekonomiye Katkısı Raporu, dijital reklama yapılan her 1 TL yatırımın milli gelire 17,2 kat olarak yansıdığını; sadece 2015'te dijital reklamın doğrudan ve dolaylı etkileriyle birlikte 1,26 milyon kişilik istihdam yarattığını gösteriyor. Dijital reklam teknolojileri dijital ekonominin temel yapı taşlarından biri, bu nedenle Türkiye'de dijital reklamın büyümesinin sürmesi bir anlamda memleket meselesi." sözleriyle değerlendirdi.

	2015	2016
<b>Dijital Reklam Yatırım Toplamı</b>	<b>1.646,3 TL</b>	<b>1.872,4 TL</b>

<b>Display Reklam Yatırımları</b>	<b>957,4 TL</b>	<b>1.059,1 TL</b>
Gösterim ya da tıklama bazlı	777,0 TL	821,4 TL
Video reklam yatırımları	134,6 TL	179,8 TL
Native	45,9 TL	58,0 TL

<b>Arama Motoru Reklam Yatırımları</b>	<b>588,5 TL</b>	<b>706,6 TL</b>
Ücretli sıralama yatırımları	588,5 TL	706,6 TL

<b>İlan Sayfaları Reklam Yatırımları</b>	<b>85,7 TL</b>	<b>91,1 TL</b>
--	----------------	----------------

<b>Diğerleri</b>	<b>14,6 TL</b>	<b>15,6 TL</b>
E-posta	6,2 TL	5,6 TL
In-game advertising	8,5 TL	10,0 TL

\*Yaratıcı işler, mevcut müşterilere yapılan CRM çalışmaları, SEO yatırımları dahil değildir.

<b>Sosyal Medya Reklam Yatırımları</b>	<b>208,1 TL</b>	<b>262,4 TL</b>
Sosyal medya reklam yatırımları	208,1 TL	262,4 TL

<b>Mobil</b>	<b>233,5 TL</b>	<b>601,0 TL</b>
<b>Programatik</b>	<b>78,5 TL</b>	<b>993,8 TL</b>

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

#### IAB Türkiye Hakkında

45 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 168 üyesi bulunuyor.