



Mobil Odaklı Online Reklam Yatırımları 2016'nın İlk Yarısında Avrupa'da 18,6 Milyar €'ya Ulaştı

IAB Avrupa ve IHS Markit'in hazırladığı AdEx Benchmark 2016 İlk yarıyıl Raporu'na göre 2015'in ilk yarısında 16,4 milyar € olan Avrupa Dijital Reklam yatırımları 2016'nın aynı döneminde %13,4 büyüyerek 18,6 milyar €'ya ulaştı ve bu rakamlar, 2016'da çift haneli büyümenin gerçekleşeceğine dair önemli bir göstere oldu.

Araştırmada Mobil'in; tüm dijital reklamcılık formatları arasında, büyümenin merkezinde olduğu dikkat çekiyor. 2016'nın ilk yarısında mobil display reklam yatırımları %61,3 büyürken, mobil arama reklam yatırımları %57,3 oranında büyüdü. Özellikle Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde ön plana çıkan Mobil display reklamları bu bölgede %100'den fazla büyüme kaydetti. Orta ve Doğu Avrupa ülkelerindeki bu büyüme, Mobil'in toplamdaki %16,2 büyümesine de katkı sağladı. Batı Avrupa'daki bazı gelişmiş pazarlarda ise Mobil %13,1 büyüme gösterdi.

2016'nın ilk 6 ayında display reklam yatırımları %18,2 büyürken, arama motoru reklam yatırımları %13,3 büyüdü. Böylece display reklam yatırımlarındaki büyüme oranı ücretli arama reklamlarını geride bırakmaya devam etti. Genel olarak bakıldığında ise, arama motoru reklamları tüm dijital reklam yatırımlarının %47'sini oluştururken, display reklam yatırımları 7 milyar € ile %37'lik bir bölümü temsil etti. Aynı şekilde display, Orta ve Doğu Avrupa'da %27,1'lik büyümeyle en fazla büyüyen reklam formatı oldu.

Geçtiğimiz günlerde yayınlanan [IAB Avrupa Dijital Video Reklamcılığı Davranışları Araştırması](#) sektördeki reklamverenlerin, medya ajanslarının ve yayıncıların %90'ından fazlasının bu kanalı kullandığını ortaya koymuştu. 2016 İlk Yarı Avrupa AdEx Benchmark Raporu da bu veriyi destekleyerek video reklam yatırımlarının %46 artışla 1,6 milyar €'ya ulaştığını gösterdi.

IAB Avrupa CEO'su **Townsend Feehan** raporla ilgili şu yorumda bulundu: *"Bu rakamlar Mobil'in potansiyelinin reklamverenler tarafından markalar için önemli bir kanal olarak benimsendiğini gösteriyor."*

Araştırmanın hazırlanmasına katkı sağlayan IHS Markit şirketinin Baş Analisti **Eleni Marouli** ise şu sözleri söyledi: *"Avrupa'nın en büyük 5 ülkesinin hepsinde 2010'dan beri ilk defa*



yaşanan güçlü ekonomik büyüme, 2016'nın ilk 6 ayında dijital reklamcılık yatırımlarını da tetikledi. Hem arama motoru hem de display reklam tarafında Mobil direksiyonun başına geçerek Avrupa'da harcanan her üç Euro'dan birinin sahibi oldu. IHS olarak, mobilin 2016 yılının tamamında da Avrupa dijital reklam yatırımlarında önemli rol oynayarak çift haneli büyümeye katkı sağlamaya devam edeceğini öngörüyoruz."

IAB Avrupa Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı **Anne Goodman** ise raporu değerlendirirken şu cümleleri kullandı: *"Reklamverenlerin marka farkındalığı, yayıncıların da kullanıcılarla etkileşim için bu kanalı kullanmasıyla, online video reklamları online reklamcılığın gelişimi için oldukça önemli. Envanterin artışıyla birlikte, video reklam yatırımları online display reklam yatırımlarındaki payını artırmaya devam edecek."*

İletişim için:

Marie-Clare Puffett, IAB Europe (puffett@iabeurope.eu)