MEDYA VE REKLAM YATIRIMLARI 2023'TE

YÜZDE 120 BÜYÜDÜ, 140 MİLYAR TL'Yİ AŞTI

Türkiye 2023 yılı Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları Raporu'na göre toplam yatırımlar önceki yıla yüzde 120 artarak 140,69 milyar TL'ye ulaştı. Medya yatırımlarında en büyük pay yüzde 72,6 ile dijital medyaya ayrılırken oransal olarak en fazla büyüyen mecralar sırasıyla dijital, açıkhava, radyo ve televizyon oldu.

Reklamcılar Derneği (RD), Reklamverenler Derneği (RVD), İnteraktif Reklamcılık Derneği (IAB), Açıkhava Reklamcıları Vakfı (ARVAK), Ulusal Radyo Yayıncıları Derneği (URYAD) ve Mobil Mecralar Araştırma Pazarlama ve Reklamcılık Derneği (MMA TR) adına bağımsız danışmanlık şirketi Deloitte tarafından hazırlanan **Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları Raporu**'na göre 2023 yılında medya ve reklam yatırımları 140 milyar 690 milyon TL oldu. Bir önceki yıla göre yüzde 120'lik bir büyüme yaşanan sektörde medya yatırımları 119 milyar 110 milyon TL olurken; yapım, baskı, reklamveren hizmet bedeli gibi reklam yatırımları ise 21 milyar 580 milyon TL'ye ulaştı.

Dijitale yatırım hız kesmiyor

2022 yılının medya ve reklam yatırımlarına göre 2023'te yüzde 136,9 büyüyerek toplam 86 milyar 500 milyon TL'lik bir hacme ulaşan dijital yatırımları, toplam yatırımların yüzde 72,6'sına erişti. Yüzde 81 oranında mobil cihazlarda gösterime dijitaldeki medya ve reklam yatırımlarında en büyük pay oyun konsollarında ve akıllı televizyonlarda internet bağlantısıyla da yayınlanabilen video içeriklere yönlendirildi. İkinci sırada ise sesli reklam, müzik, podcast gibi çalışmaların yer aldığı dijital ses yer aldı.

Dijitale yönlendirilen reklam yatırımlarından 39 milyar 524 milyon TL'lik tutar sosyal medyada tıklanma ve gösterim bazlı uygulamalara ayrılırken markaların kendi mesajlarını izleyicinin okuma/izleme akışını bölmeden paylaşılan native içeriklere ayrılan bütçe ise 3 milyar 269 milyon TL oldu.

Televizyon yatırımları yıllık 25 milyar TL'ye yaklaştı

Bir önceki yıla göre yüzde 94,5 oranında büyüyerek toplam 24 milyar 900 milyon TL'lik bir yatırıma ulaşan televizyonda reklam süreleri bir önceki yıla göre yüzde 5,2, reklamveren sayısı ise yüzde 7,1 oranında azaldı.

Açıkhavada en büyük pay dijital alanlarda

Önceki yıla kıyasla yüzde 138,6 oranında büyüyen açıkhava medya ve reklam yatırımlarının 2023 yılındaki toplam tutarı 5 milyar 8 milyon TL'ye ulaştı. Toplam yatırımlar içinde en büyük pay yüzde 32,37 ile dijital ekranlar gibi dijital açıkhava platformları olurken ikinci sırada ise yüzde 23,35'lik bir payla spor alanları yer aldı. Açıkhava mecrasını en çok kullanan üç sektör sırasıyla kozmetik, kamu kuruluşları ve siyasi partiler ile eğlence, kültür sanat ve spor oldu.

Radyoda reklam süresi ve reklamveren sayısı azalırken toplam yatırım arttı

2023 yılında 1 milyar 623 milyon TL'lik yatırımla, toplam medya ve reklam yatırımlarından yüzde 1,4'lük bir pay alan radyo, bir önceki yıla göre yüzde 101,9 büyüdü. 2022 yılına göre reklam süresinde yüzde 16,9,

reklamveren sayısında ise yüzde 3 oranında bir düşüş görülen radyoda en yüksek reklam veren üç sektör sırasıyla finans, otomotiv ve perakendecilik oldu.

Gazete ve dergi yatırımları büyümesini sürdürdü

Toplam 792 milyon TL'lik medya yatırımı gerçekleştirilen basın mecrası 2023 yılında bir önceki yıla göre yüzde 42,5 oranında büyüdü. Gazeteye yatırım yapan reklamveren sayısında yüzde yüzde 16,5, reklam süresinde ise %5,6 oranında düşüş gözlenen gazete mecrasını en fazla kullanan üç sektör sırasıyla finans, perakendecilik ve inşaat ev dekorasyon oldu. Dergilerin reklamveren sayısında yüzde 0,5 oranında hafif bir azalma görülürken reklam süresi bakımından yüzde 2,9 oranında bir artış izlendi. Dergiye en çok yatırım yapan üç sektör ise tekstil, endüstri ve makine ürünleri ile inşat ve dekorasyon hizmetleri oldu.

Sinema reklamverenleri artıyor

Bir önceki yıla göre yüzde 65,6 oranında büyüyerek 2023 yılında toplam 183 milyar 320 milyon TL'lik yatırım alan sinemada reklamveren sayısında da yüzde 28,3 oranında artış yaşandı. 2023 yılında sinemaya en çok yatırım yapan ilk üç sektör sırasıyla eğlence, kültür sanat ve sporla ilgili faaliyetler ile finans ve bilgi teknolojileri oldu.

Türkiye dünya ortalamasının çok üzerinde büyüyor

Dünya reklam yatırımlarının da büyüdüğünün belirtildiği Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları Raporu'na göre 2023 yılında toplam medya yatırımları 874 milyar dolara ulaştı. 2024 yılında ise 916 milyar dolar medya yatırımı gerçekleştirileceği tahmin ediliyor. 2024 yılında, dünya genelinde yüzde 5,2 büyüdüğü tahmin edilen toplam medya yatırımlarının yüzde 58'i dijital mecralara yapılırken, dijital büyüme payını ağırlıklı olarak sosyal medya ve geleneksel aramadan alıyor.

2022'ye göre 2023'te yüzde 5,2 oranında büyüyen küresel medya yatırımlarının içinde en yüksek büyüme yüzde 10,3 ile Hindistan'da görüldü. Hindistan'ı Meksika ve Endonezya takip ederken Türkiye dolar bazında yıllık yüzde 34,8 yıllık değişim oranıyla ortalamanın çok üzerinde bir büyüme gösterdi.

Raporun tamamına https://rd.org.tr/Assets/uploads/ff8df872-f133-4f12-9271-cf9733217c1a.pdf adresinden ulaşılabilir.

*Bilgi için: Artı İletişim Yönetimi I (212) 347 03 30