



**Türkiye ve dünyada Açık hava reklam yatırımları**  
2020 yılsonu raporu

Nisan 2021

Önsöz	2
Türkiye Açık hava reklam yatırımları	3
Dünya Açık hava reklam yatırımları	10
İletişim bilgileri	14

## 2020 yılı Türkiye Açık hava reklam yatırımları raporu



**Ayhan Tezcan**

Açık hava Reklamcılar Vakfı ARVAK  
Yönetim Kurulu Başkanı

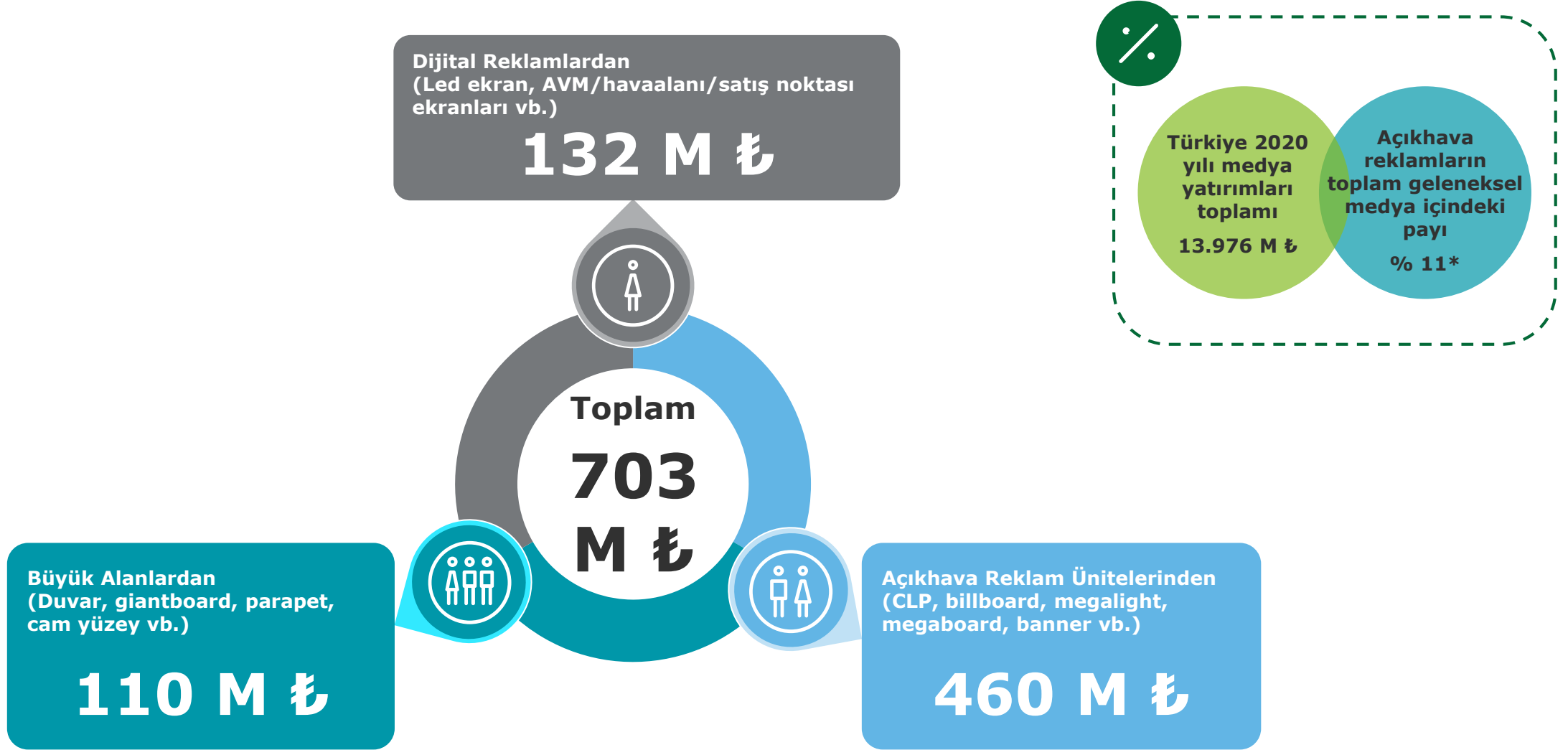
- 2020'nin Ocak, Şubat ayları Açık hava açısından hareketli bir performansla geçmiştir. Pandeminin konuşulmaya başladığı Mart ayının ortalarına kadar hedeflerin tuttuğu hatta aşıldığı bir dönem yaşanmıştır. Mart ortalarından Nisan/Mayıs sonuna kadar pandeminin gündemi ele geçirmesi ve sokağa çıkma kısıtlamaları, kent içi trafiğinin durmasına neden olmuştur.
- Pandemi etkisi ile Açık hava'da reklam kampanyalarının durması ya da azalması, Açık hava'nın bugüne kadar hiç görmediği sert bir düşüş yaşamasına neden olmuştur. Cirolar ve birim fiyatlarda daralma olmuştur.
- Olumlu beklentilerle girilen Haziran-Eylül dönemi, yaz nedeniyle beklenen ivmeyi göstermemiştir, Ekim-Kasım aylarında biriken potansiyelin harekete geçmesine karşın, Aralık ayında hafta sonu yasaklarının yeniden gelmesi sektörü bir kez daha olumsuz etkilemiş ve düzelmeye başlayan ciroların beklenen düzeye gelmesini engellemiştir.
- 2021 yılına bu olumsuz etkiyle başlanmıştır. Sağlık verilerinin olumluya dönmesi durumunda 2021 yılının Açık hava reklamcılığı açısından daha hareketli geçeceğini, Haziran ayından başlayarak özellikle son çeyrekte olumlu yönde bir ivme ile yılın kapanacağı tahmin edilmektedir. Açık hava şirketlerinin cirolarında yaşanan gerilemenin 2021 yılında en azından 2019 seviyesine dönmesi beklenmektedir.

# **Türkiye Açık hava reklam yatırımları**



# Türkiye Açık hava reklam yatırımları

2020 yılında toplam Açık hava reklam yatırımları bir önceki yıla göre %15 gerileyerek 703 milyon ₺ olmuştur.



Kaynak: ARVAK, Reklamcılar Derneği, Deloitte analizi

Rakamlara KDV dahil edilmemiştir. Rakamlar yuvarlamadan ötürü toplamı vermeyebilir.

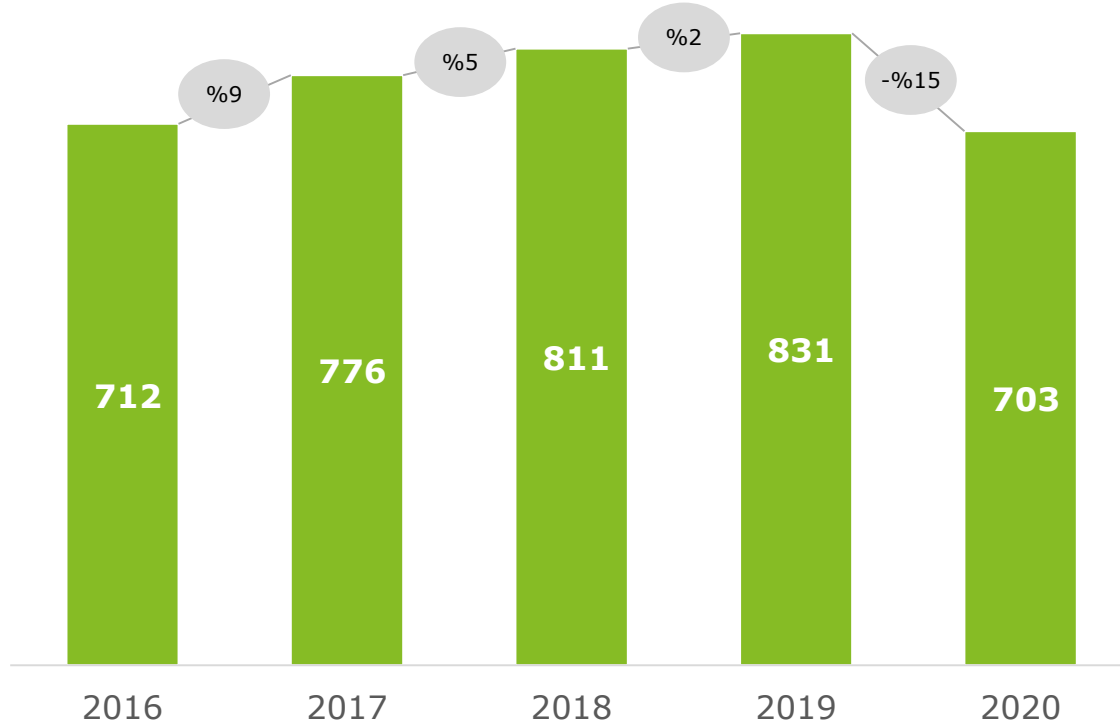
\* Toplam medya yatırımları içerisindeki pay ise %5'tir.

# Türkiye Açık hava reklam yatırımları

## Mecra bazında gelişim

2020 yılında 703 milyon ₺'ye gerileyen Açık hava reklam yatırımlarının içerisinde 460 milyon ₺' lik yatırım hacmiyle Açık hava reklam üniteleri en yüksek payı almaktadır.

Açık hava reklam yatırımlarının son 5 yıllık gelişimi (M ₺)

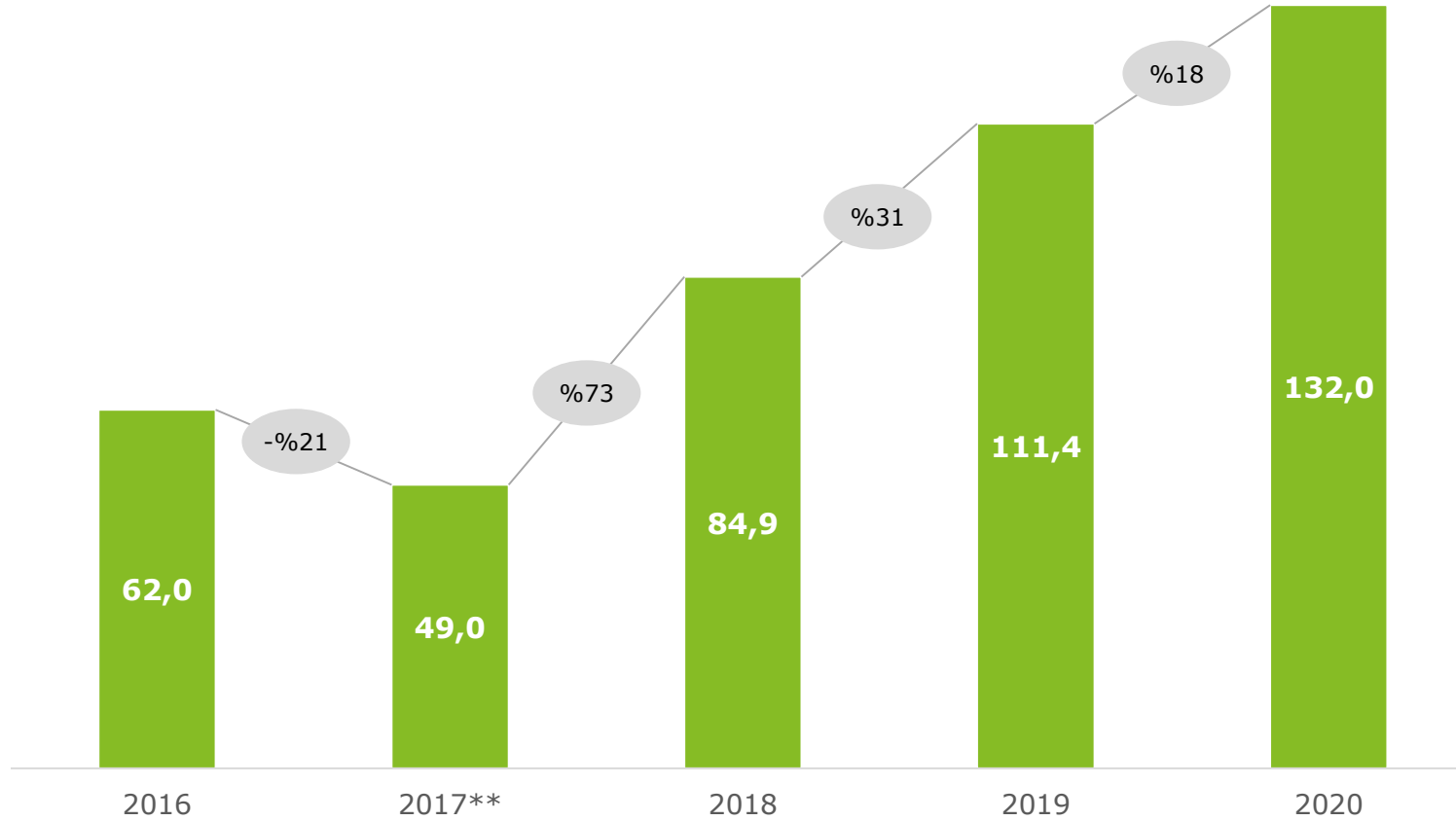


Mecra	2020 (milyon ₺)	2020 Açık hava İçerisindeki Payı	2019-2020 Değişim
Dijital reklamlar	132	% 19	% 18
Büyük alanlar	110	% 16	-% 1
Açık hava reklam üniteleri	460	% 65	-% 24
<b>Toplam</b>	<b>703</b>	<b>%100</b>	<b>-% 15</b>

# Türkiye Açık hava reklam yatırımları

Dijital Açık hava reklamları

Türkiye’de dijital Açık hava reklam\* yatırımları, milyon ₺



% 20

Yıllık Bileşik  
Büyüme  
Oranı  
(2016-2020)

% 19

2020  
Yılı Payı

Açık hava dijital reklam yatırımları 2016–2020 yılları arasında %21’lik yıllık bileşik büyüme oranı ile artış göstermiştir. 2020 senesinde ise bir önceki yıla göre %18 büyüyerek 132 milyon ₺ seviyesine gelmiştir.

Kaynak:ARVAK, Deloitte analizi

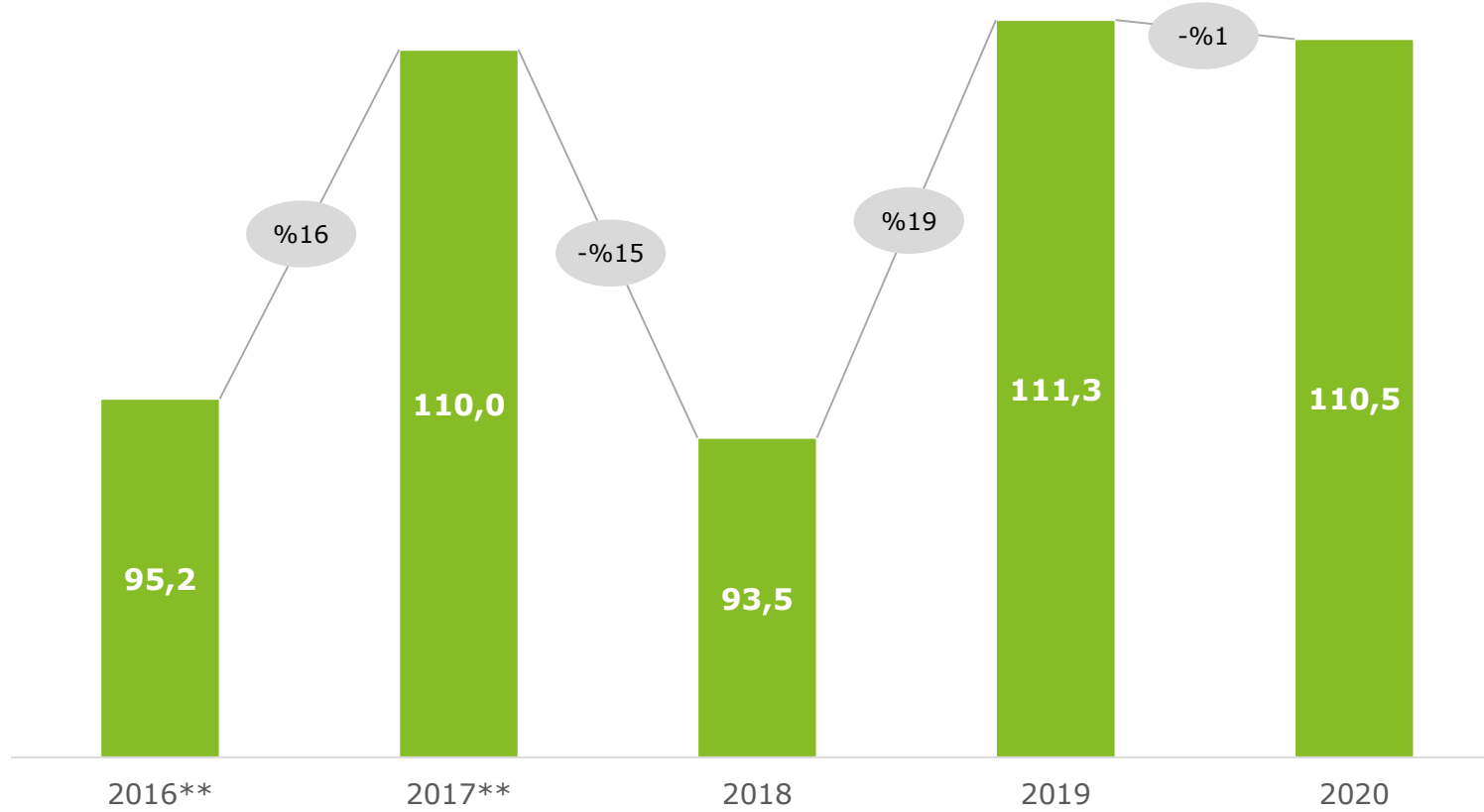
\*Dijital reklamlar led ekran, AVM/havaalanı/satış noktası ekranları gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.

\*\* Kategori kırılımları revizyonu yapılmıştır.

# Türkiye Açık hava reklam yatırımları

Büyük alanlar

Türkiye’de büyük alan\* reklam yatırımları, milyon ₺



% 4

Yıllık Bileşik  
Büyüme  
Oranı  
(2016-2020)

% 16

2020  
Yılı Payı

2018-2019 yılları arasında artış gösteren büyük alan reklam yatırımları 2020 yılında %1 oranında azalarak 110,5 milyon ₺ tutarına ulaşmıştır.

Kaynak:ARVAK, Deloitte analizi

\*Büyük alan reklamlar duvar, giantboard, parapet, cam yüzey gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.

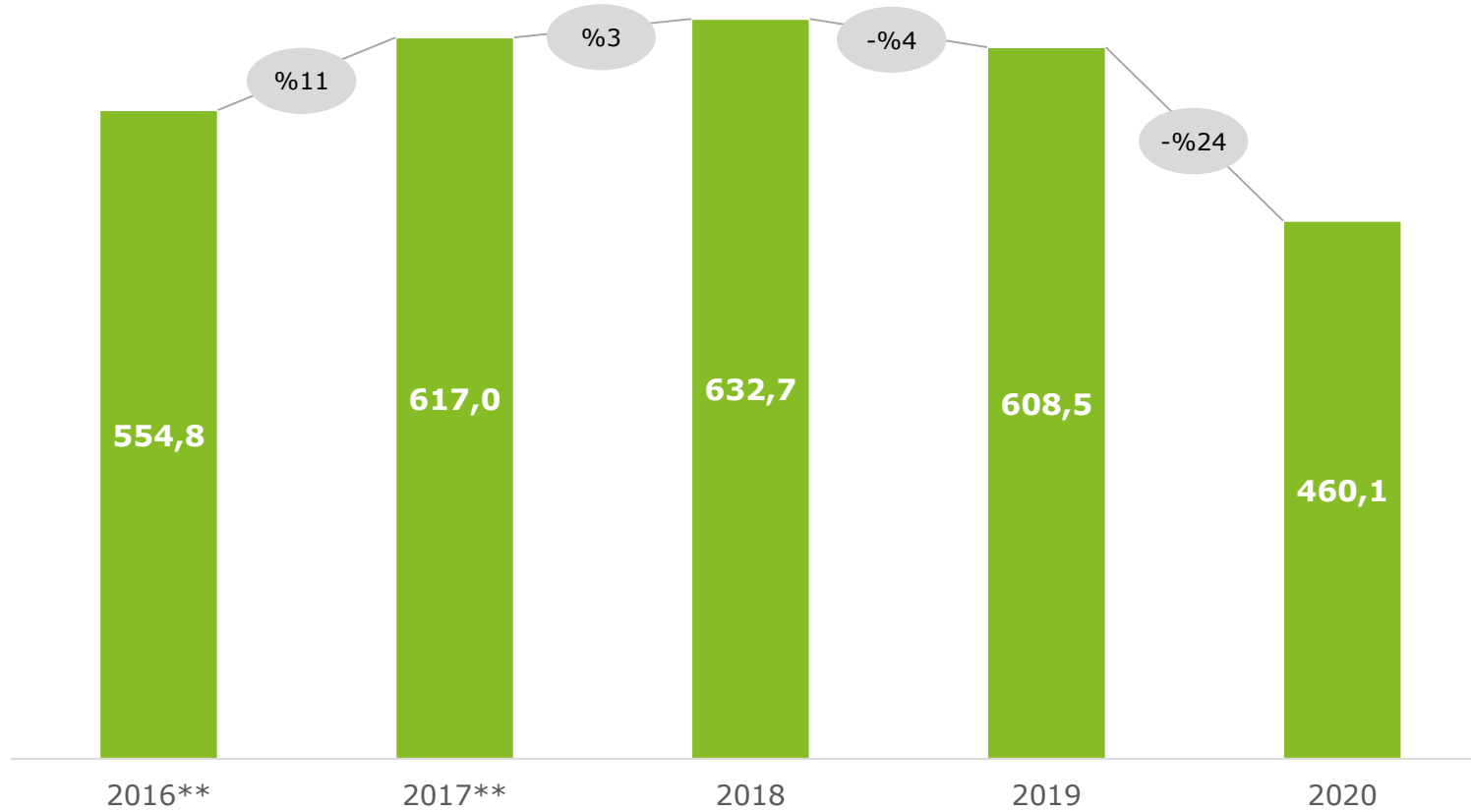
\*\* Kategori kırılımları revizyonu yapılmıştır.



# Türkiye Açık hava reklam yatırımları

Açık hava reklam üniteleri

Türkiye'de açık hava reklam üniteleri\* yatırımları, milyon ₺



-% 5

Yıllık Bileşik  
Büyüme  
Oranı  
(2016-2020)

% 65

2020  
Yılı Payı

Ciro bazında açık hava reklam yatırımları içerisinde en büyük paya sahip olan açık hava reklam üniteleri (CLP, billboard, megalight, megaboard, banner vb.) son yılda %24'lük değişim ile 2020 sonunda 460,1 milyon ₺'ye gerilemiştir.

Kaynak:ARVAK, Deloitte analizi

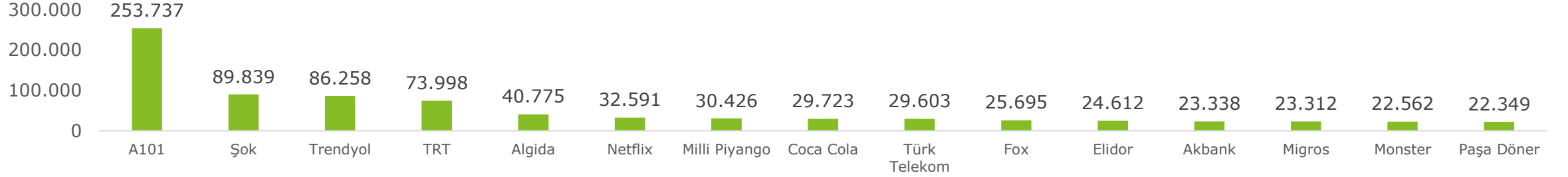
\*Açık hava reklam üniteleri CLP, billboard, megalight, megaboard, banner gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.

\*\* Kategori kırılımları revizyonu yapılmıştır.

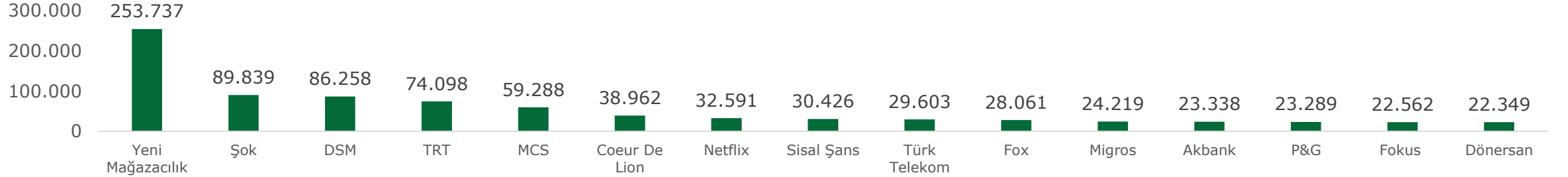
# Türkiye Açık hava reklam yatırımları

Marka, reklamveren ve sektör bazında

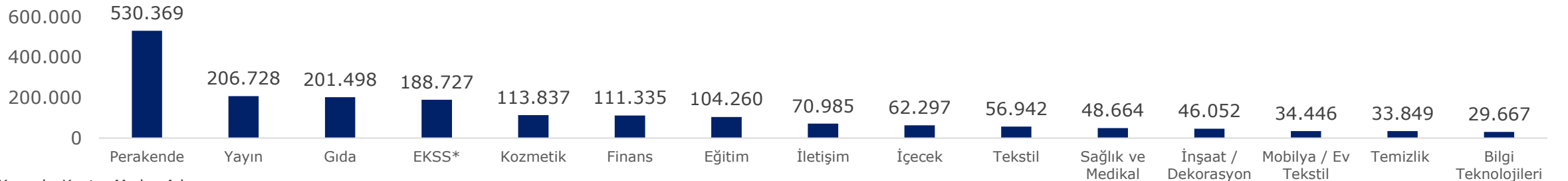
## Marka Bazında (adet)



## Reklamveren Bazında (adet)



## Sektör Bazında (adet)



Kaynak: Kantar Medya Adex

\* EKSS = Eğlence, Kültür, Sanat ve Spor

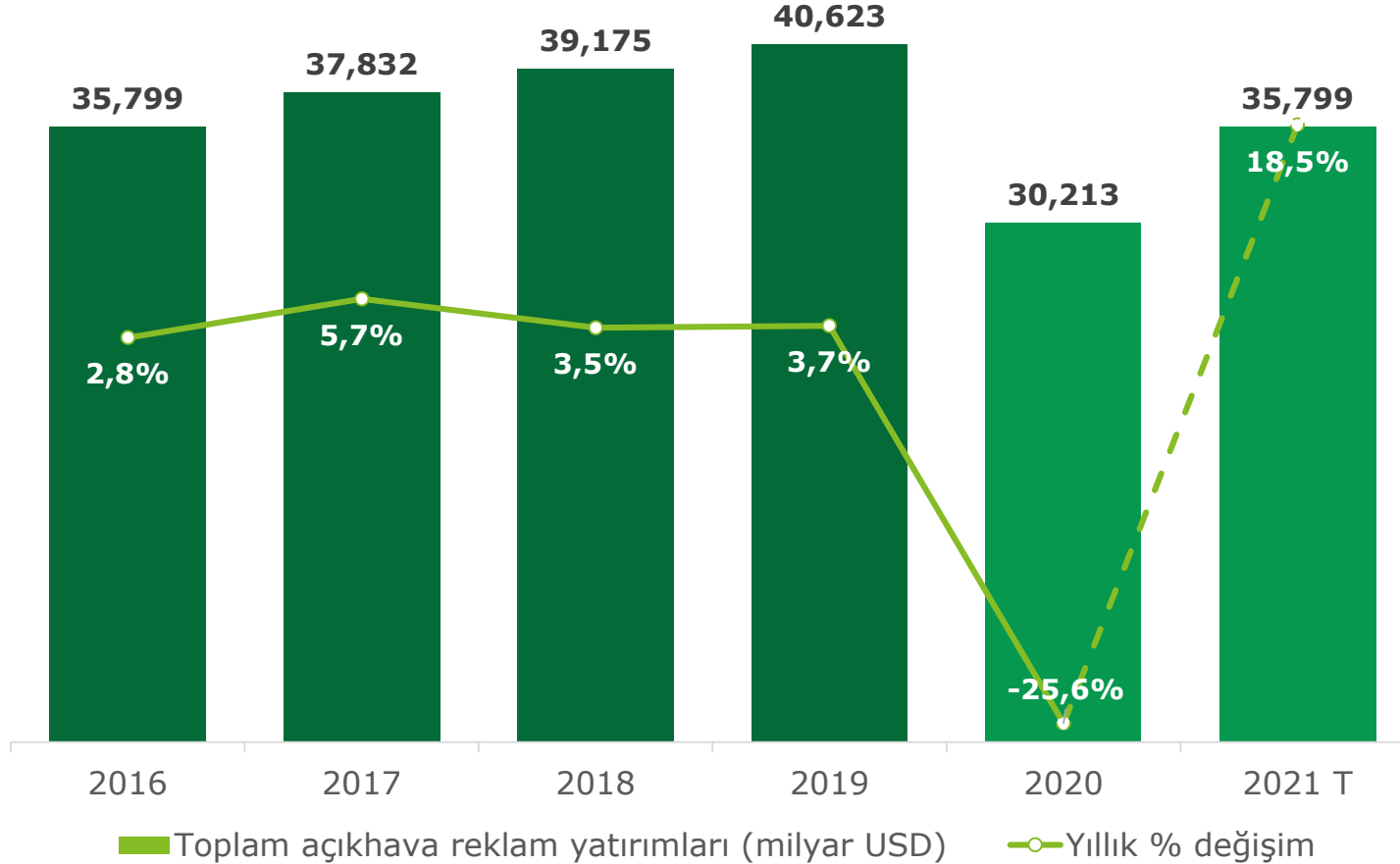
# Dünya Açık hava reklam yatırımları



# Dünya Açık hava reklam yatırımları

Küresel toplam Açık hava reklam yatırımları, 2016-2021

## Dünyada Açık hava reklam yatırımları, milyar USD

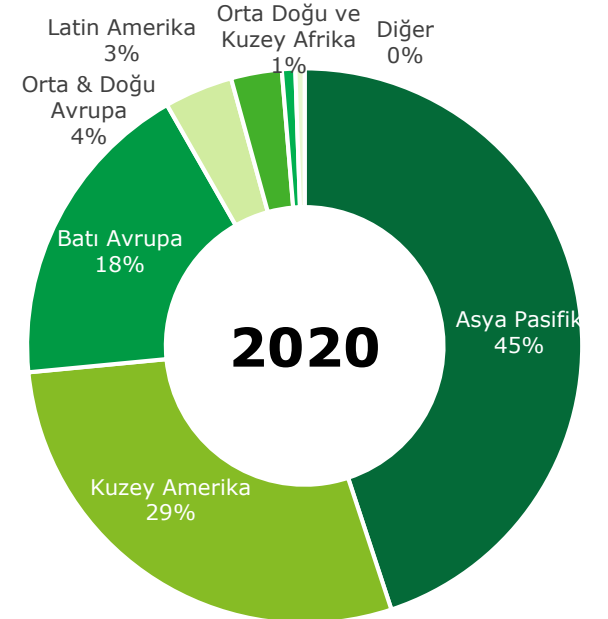


Kaynak: Zenith, Aralık 2020

## Pandemi etkisiyle Açık hava reklam yatırımlarındaki küçülme

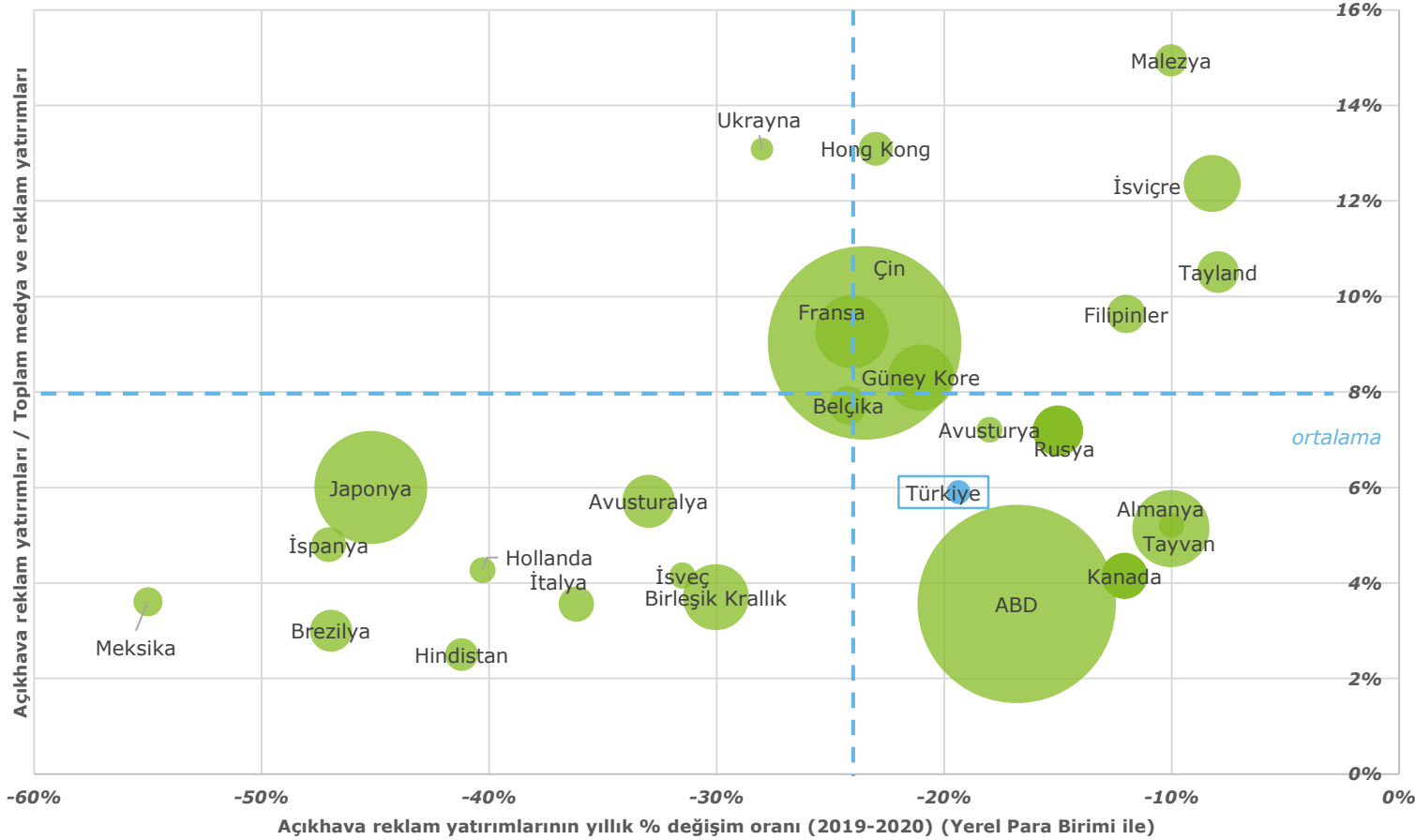
Her sene büyüme trendine sahip olan Açık hava reklam yatırımları 2020 senesinde pandeminin etkisiyle %25'lik bir küçülmeye 30 milyar USD'ye düşmüştür.

En fazla Açık hava reklam yatırımı yapılan bölge yine Asya Pasifik olurken, geçen seneye göre bölgenin pay kaybettiği, Kuzey Amerika'nın ise payını artırdığı görülmektedir.



# Dünya Açık hava reklam yatırımları

Ülkeler bazında Açık hava reklam yatırımı / Toplam medya yatırımı, 2020



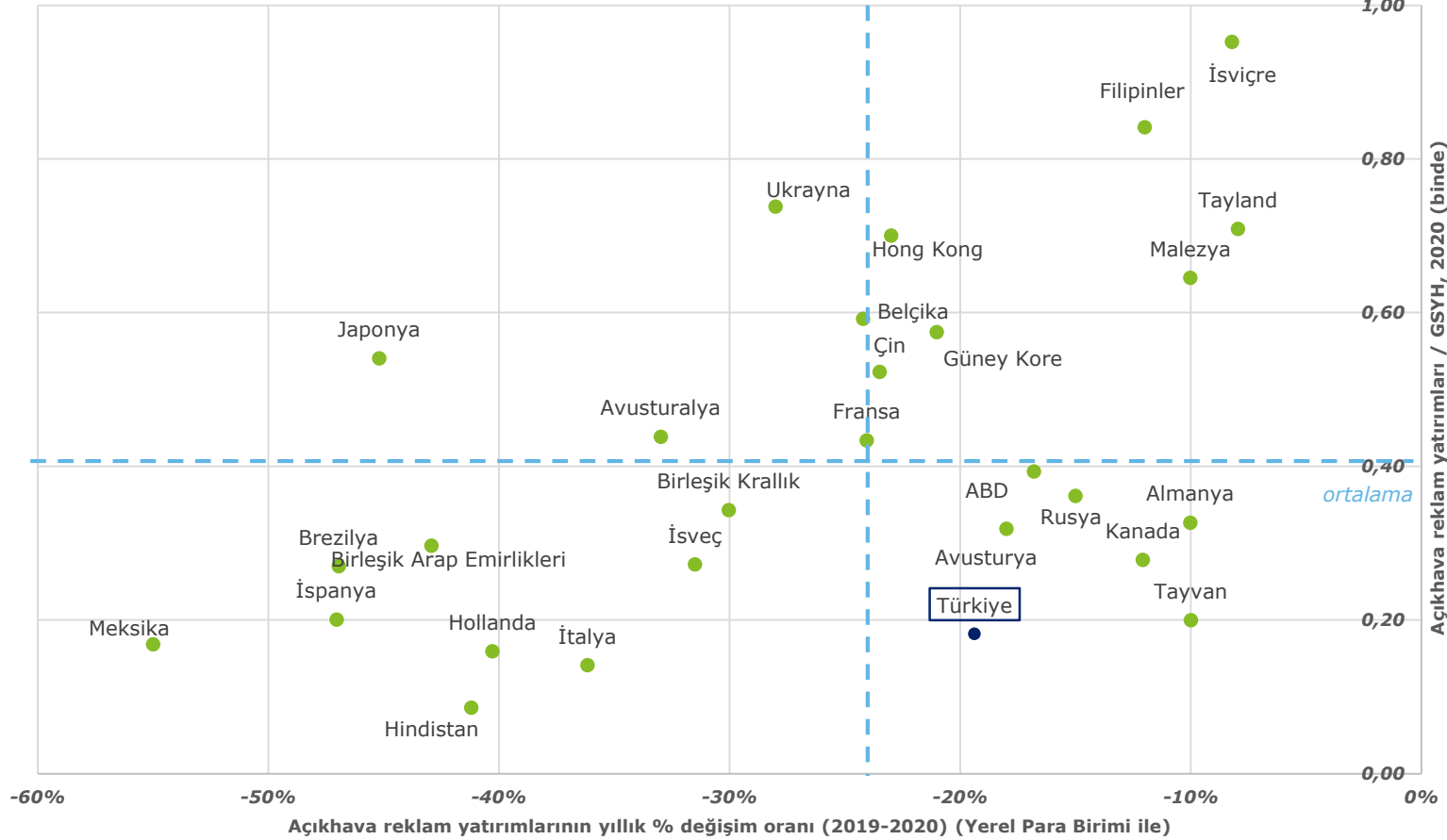
**Pandemi etkisiyle dünya genelinde azalan Açık hava reklam yatırımlarındaki küçülme Türkiye’de pek çok ülkeye göre sınırlı kalmıştır.**

2020 senesinde yıllık Açık hava reklam yatırımı 100 milyon USD’den fazla olan ülkeler arasından seçilen 29 ülke bir arada incelenmiştir. Buna göre Açık hava reklam yatırımlarının toplam medya yatırımları içindeki payı bu ülkeler için ortalama %8,1 iken bu oran Türkiye’de %5,9 olarak görülmektedir. Pandeminin etkisiyle azalan Açık hava reklam yatırımlarında bu ülkelerde 2019-2020 yıllarında ortalama %24,4 oranında bir azalma görülürken, Türkiye’de %19,4 oranında daha sınırlı bir azalma görülmüştür.

Her iki rasyo incelendiğinde Açık hava reklam yatırımlarının toplam medya harcamaları içerisindeki payıyla dünya ortalamasının gerisinde kalan Türkiye, reklam payının azalma oranı açısından dünya ortalamasından daha iyi bir noktadadır.

# Dünya Açık hava reklam yatırımları

Ülkeler bazında Açık hava reklam yatırımı / GSYH



## Türkiye Açık hava reklam yatırımlarında artış potansiyeli gözlemlenmektedir.

2020 senesinde yıllık Açık hava reklam yatırımı 100 milyon USD'den fazla olan ülkeler arasından seçilen 29 ülke bir arada incelendiğinde bu ülkelerin Açık hava reklam yatırımlarının Gayri Safi Yurt İçi Hasılaya oranı ortalama binde 0,41'dir. Türkiye ise bu ortalamanın altında kalmaktadır.

Açık hava reklam yatırımlarının Gayri Safi Yurt İçi Hasılaya oranında alt sıralarda yer alan Türkiye'nin, bu oranda dünya ortalamasına ulaşması için 2,3 katlık artış potansiyeli bulunmaktadır.

# İletişim

Çalışma hakkında daha detaylı bilgi almak için bizimle alttaki irtibat bilgileri aracılığıyla iletişime geçebilirsiniz.

## **Ayhan Tezcan**

Açikhava Reklamcıları Vakfı  
Yönetim Kurulu Başkanı  
ayhan.tezcan@arvak.com.tr

## **Coya Yaes**

coya.yaes@arvak.com.tr

<http://www.arvak.com.tr>

## **Hakan Göl**

Deloitte Danışmanlık Lideri  
hgol@deloitte.com

[www.deloitte.com.tr](http://www.deloitte.com.tr)

# Deloitte.

Deloitte; İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") şirketini, üye firma ağındaki şirketlerden ve ilişkili tüzel kişiliklerden bir veya birden fazlasını ifade etmektedir. DTTL ve üye firmalarının her biri ayrı ve bağımsız birer tüzel kişiliktir. DTTL ("Deloitte Global" olarak da anılmaktadır) müşterilere hizmet sunmamaktadır. Daha fazla bilgi almak için [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) adresini ziyaret ediniz.

Deloitte, birçok farklı endüstride faaliyet gösteren özel ve kamu sektörü müşterilerine denetim, danışmanlık, finansal danışmanlık, risk danışmanlığı, vergi ve ilgili alanlarda hizmet sağlayan dünyanın önde gelen profesyonel hizmetler firmalarından birisidir. Deloitte dünya çapında farklı bölgelerde ve 150'den fazla ülkede yer alan global üye firma ağı ile, her beş Fortune Global 500® şirketinden dördüne hizmet vermektedir. Deloitte'un yaklaşık 286.000 kişilik uzman kadrosunun iz bırakan bir etkiyi nasıl yarattığı konusunda daha fazla bilgi almak için websitemiz [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com) adresini veya [Facebook](#), [LinkedIn](#) ya da [Twitter](#) sayfalarımızı ziyaret ediniz.

Bu belgede yer alan bilgiler sadece genel bilgilendirme amaçlıdır ve Deloitte Touche Tohmatsu Limited, onun üye firmaları veya ilişkili kuruluşları (birlikte, "Deloitte Network" olarak anılacaktır) tarafından profesyonel bağlamda herhangi bir tavsiye veya hizmet sunmayı amaçlamamaktadır. Şirketinizi, işinizi, finansmanınızı ya da mali durumunuzu etkileyecek herhangi bir karar ya da aksiyon almadan, yetkin bir profesyonel uzmana danışın. Deloitte Network bünyesinde bulunan hiçbir kuruluş, bu belgede yer alan bilgilerin üçüncü kişiler tarafından kullanılması sonucunda ortaya çıkabilecek zarar veya ziyandan sorumlu değildir.

© 2021. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.