



Türkiye ve Dünyada Açikhava Reklam Yatırımları
2023 Yıl Sonu Raporu
Nisan 2024

Önsöz	2
Türkiye Açık hava Reklam Yatırımları	3
Dünya Açık hava Reklam Yatırımları	10
İletişim Bilgileri	16

2023 yılı Türkiye Açık hava Reklam Yatırımları Raporu



Önder Dalkıran

Açık hava Reklamcıları
Vakfı ARVAK Yönetim
Kurulu Başkanı

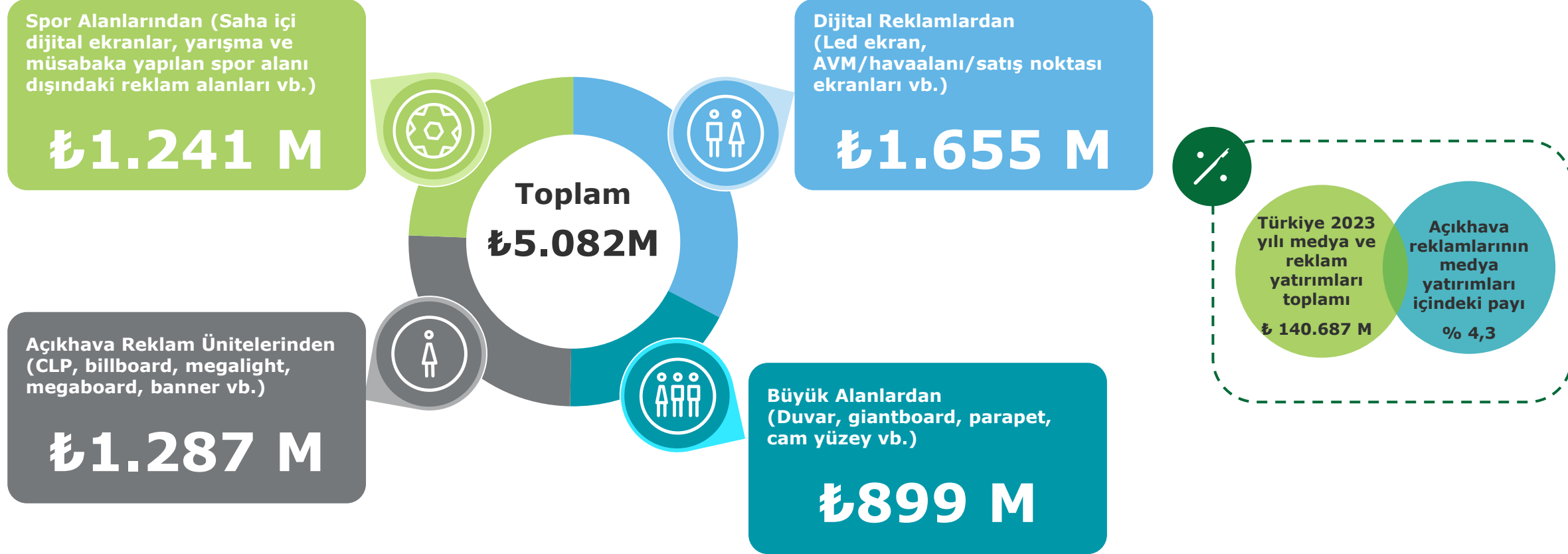
- Açık hava 2023’de de yılı rekor büyüme ile kapattı; %138.06.
- Bu büyüme;
 - Açık hava envanterine (özellikle dijital Açık hava için) yapılan yeni yatırımlar
 - Kampanya planlamalarında açık havaya artan talep ile açıklanabilir.
- Açık hava 2023’ü %100 dolulukla geçirdi. Yeni katılan reklam ünitelerine karşın arz, özellikle seçim döneminde talebi karşılayamaz duruma geldi. Bu talep artışı, Açık hava açısından gelişme ve yeni yatırımlar için teşvik edici bir ortam yaratıyor.
- Bu yılın raporunun Açık hava yatırımları bölümüne giderek büyüyen ve anlamlı büyüklüğe ulaşan Spor Alanları kategorisi eklendi. Raporda ilk kez Spor Alanları kategorisinin sonuçları yer aldı.
- 2023’te Açık hava envanterine yeni yatırımlar devam etti. Özellikle dijital açık havanın payı ilk kez %32,57’ye ulaştı. Bu büyüme yeni dijital Açık hava ünitelerine yapılan yatırımların yanı sıra var olan reklam ünitelerinin dijital dönüştürülmesi ile gerçekleşiyor. Dijital Açık hava, dünyadaki gibi Türkiye’de de Açık hava yatırımları içinde payını artırmayı sürdürecektir.
- Açık hava her şeyden önce kreatif öncelikli bir mecra. Dijital açık hava teknolojileri ve bir dizi veri özelliğinin artık hazır olması sayesinde, kreatif açıdan geleneksel engellerin ötesine geçilmeye başladığına ve Açık havada çok daha yaratıcı örneklerle tanış olacağız.
- Programatik, dijital açık havanın payının büyümesi nedeniyle açık havanın gelecekteki yükselişi için çok önemli olacak.
- Önümüzdeki yıllarda (özellikle dijital açık havaya) yapılan yeni yatırımlar ve Açık hava ünitelerinin çeşitlenmesi sayesinde Açık havanın toplam reklam yatırımları içindeki payının çok daha yükselmesini bekliyoruz.

Türkiye Açık hava Reklam Yatırımları



Türkiye Açık hava Reklam Yatırımları

2023 yılında toplam Açık hava Reklam Yatırımları bir önceki yıla göre %139,15 artarak, 5.1 Milyar Lira olmuştur.

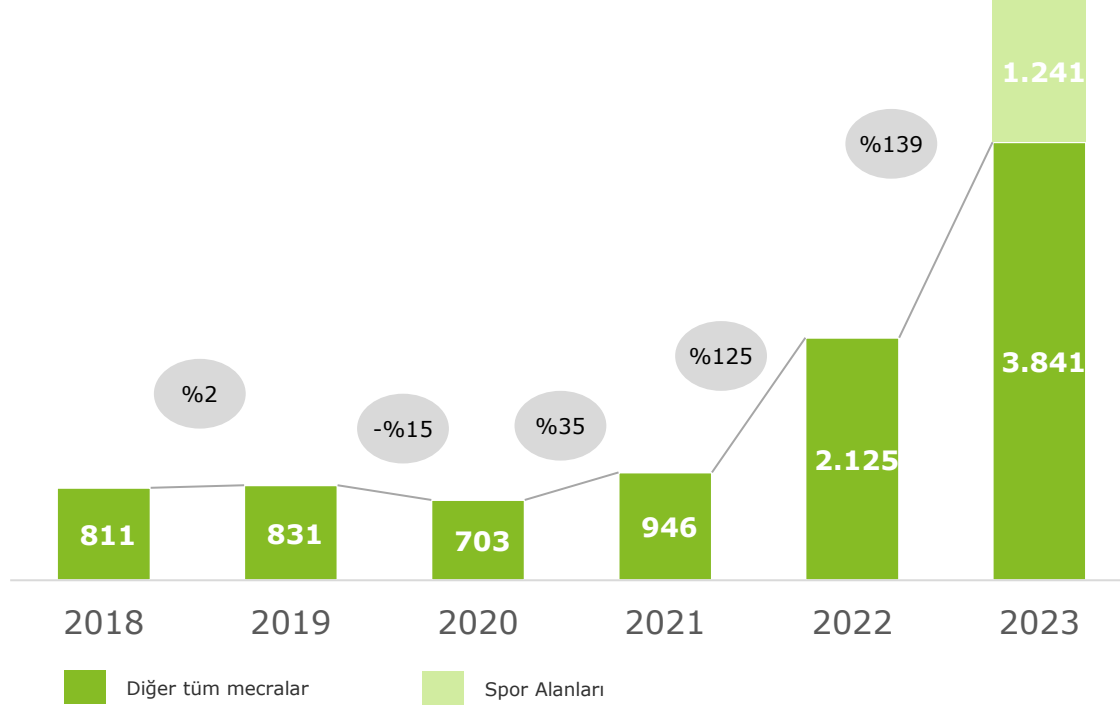


Türkiye Açık hava reklam yatırımları

Mecra Bazında Gelişim

2023 yılında 5.1 milyon liraya yükselen Açık hava Reklam Yatırımlarının içerisinde 1 milyar 66 milyon liralık yatırım hacmiyle “Dijital Reklamlar”, en yüksek paya sahiptir.

Açık hava Reklam Yatırımlarının son 5 yıllık gelişimi, milyon lira

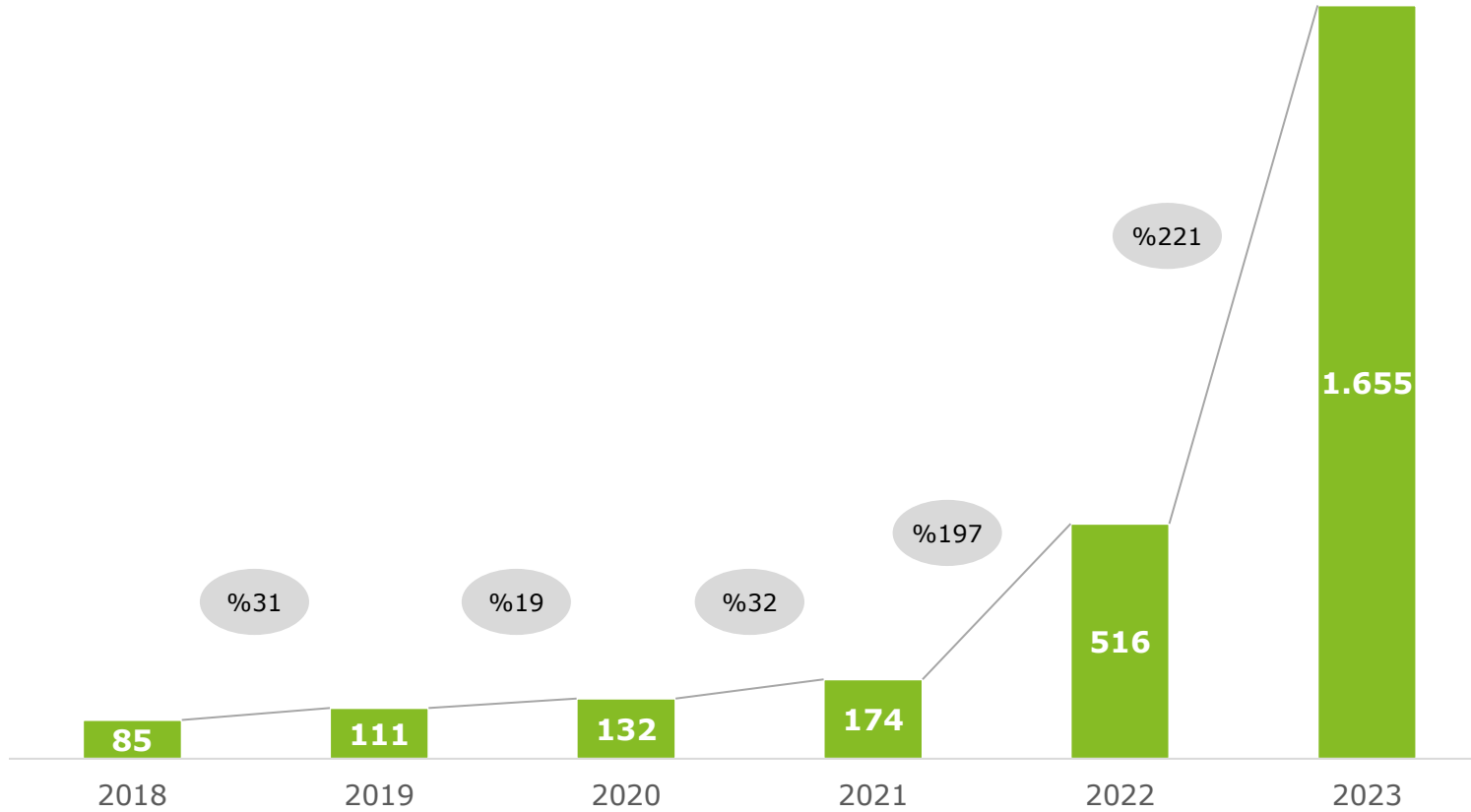


Mecra	2023 (Milyon Lira)	2023 Açık hava İçerisindeki Payı	2022-2023 Değişim
Dijital Reklamlar	1.655	%32,6	% 221
Büyük Alanlar	899	% 17,7	% 78
Açık hava Reklam Üniteleri	1.287	% 25,3	% 16
Spor Alanları	1.241	%24,4	-
Toplam	5.082	%100	% 139

Türkiye Açık hava Reklam Yatırımları

Dijital Açık hava Reklamları

Türkiye’de Dijital Açık hava Reklam Yatırımları, milyon lira



% 64

Yıllık Bileşik
Büyüme
Oranı
(2018-2023)

% 33

2023
Yılı Payı

Dijital Açık hava Reklam Yatırımları 2018–2023 yılları arasında %64 YBBO (yıllık bileşik büyüme oranı) ile büyüme göstermiştir. 2023 senesinde ise bir önceki yıla göre %221 büyüyerek 1 milyar 655 milyon lira seviyesine ulaşmıştır.

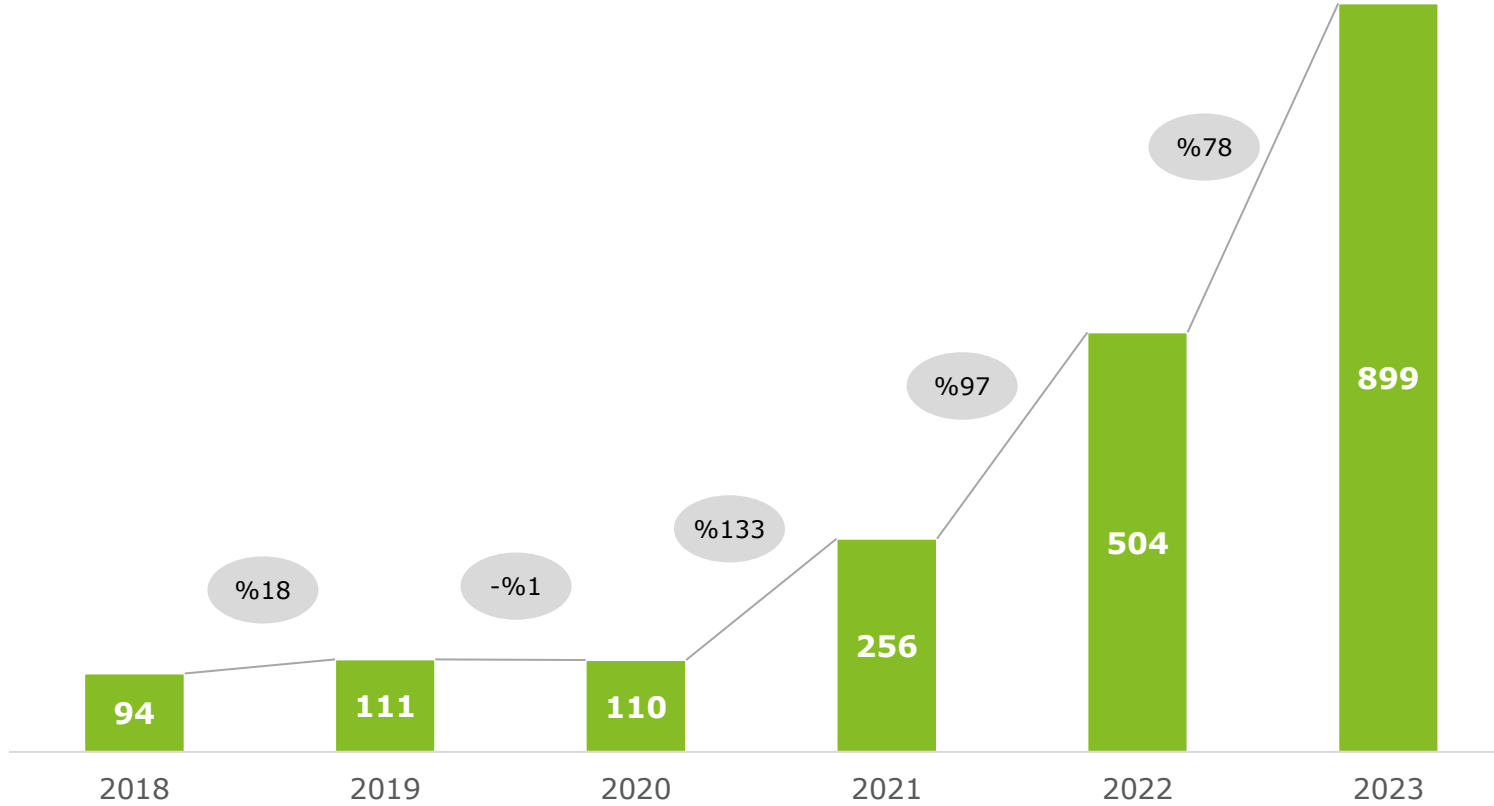
Kaynak: ARVAK, Deloitte analizi

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

Türkiye Açık hava Reklam Yatırımları

Büyük Alanlar

Türkiye’de Büyük Alan Reklam Yatırımları, milyon lira



% 46

Yıllık Bileşik
Büyüme
Oranı
(2018-2023)

% 18

2023
Yılı Payı

2021-2022 yılları arasında %97 artan büyük alan reklam yatırımları, 2023 yılında da %78 oranında büyüyerek 899 milyon lira tutarına ulaşmıştır.

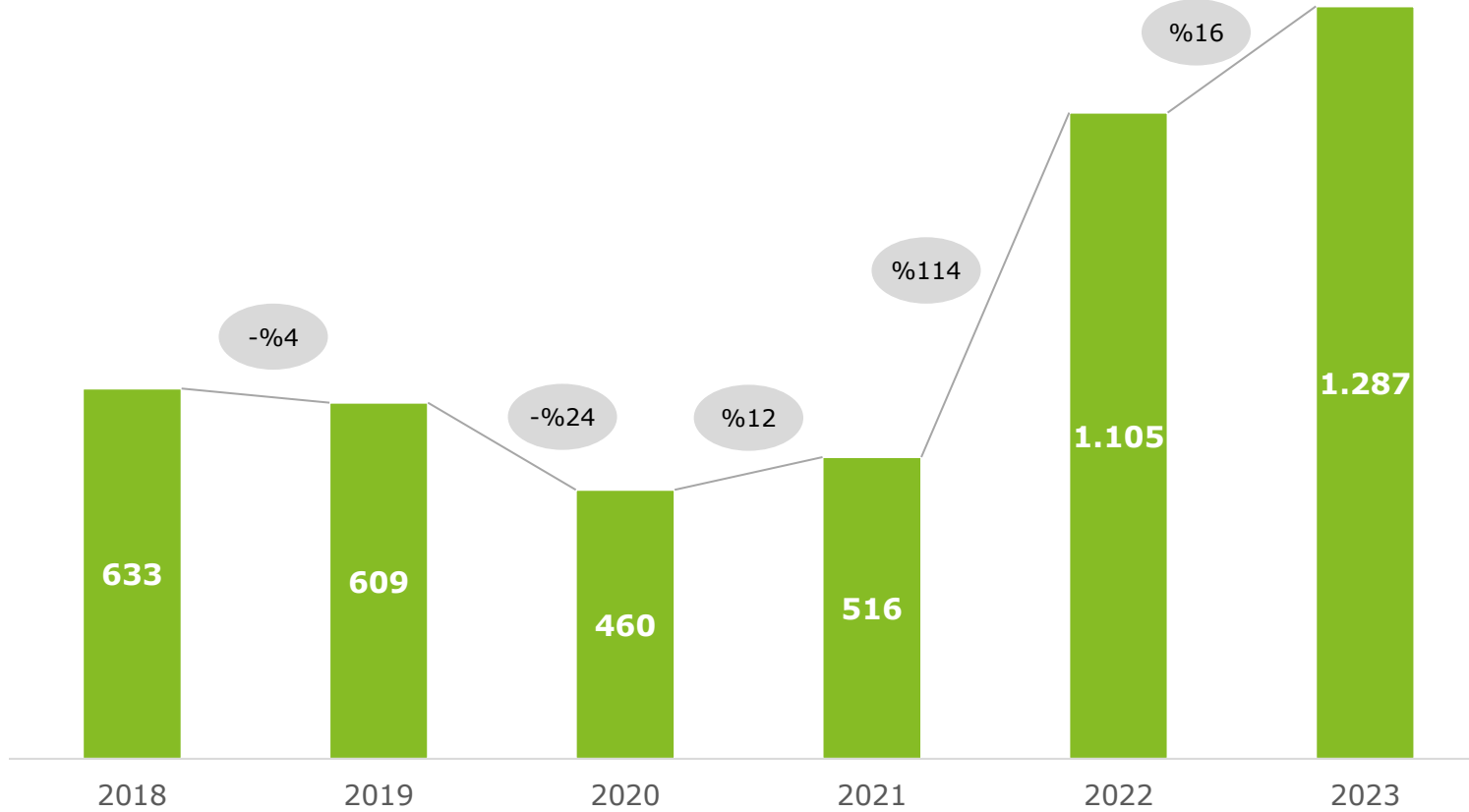
Kaynak: ARVAK, Deloitte analizi

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

Türkiye Açık hava Reklam Yatırımları

Açık hava Reklam Üniteleri

Türkiye’de Reklam Üniteleri Yatırımları, milyon lira



% 13

Yıllık Bileşik
Büyüme
Oranı
(2018-2023)

% 25

2023
Yılı Payı

Ciro bazında Açık hava reklam yatırımları içerisinde büyük paya sahip olan Açık hava Reklam Üniteleri (CLP, billboard, megalight, megaboard, banner vb.) %16 artarak 2023 yılı sonunda 1 milyar 287 milyon liraya ulaşmıştır.

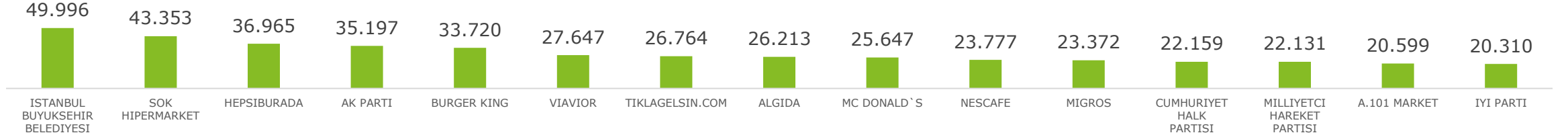
Kaynak: ARVAK, Deloitte analizi

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

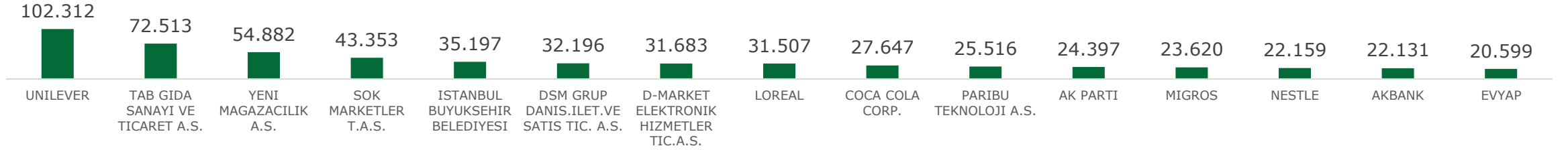
Türkiye Açık hava Reklam Yatırımları

Marka, reklamveren ve sektör bazında

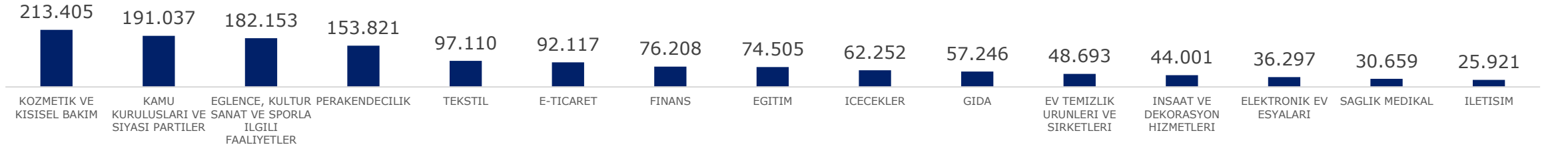
Marka Bazında (adet)



Reklamveren Bazında (adet)



Sektör Bazında (adet)

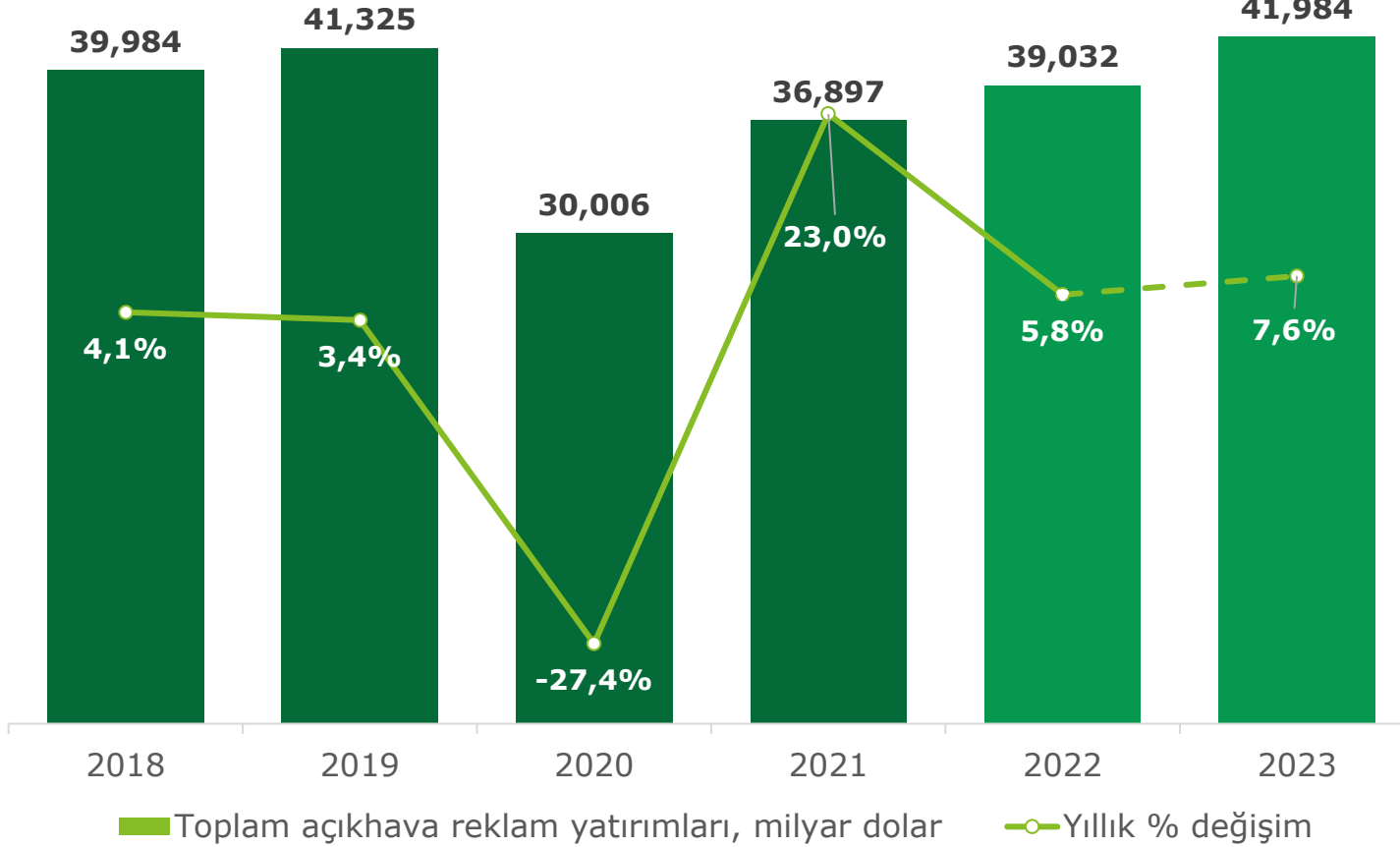


Dünyada Açık hava Reklam Yatırımları

Dünyada Açık hava Reklam Yatırımları

Küresel toplam Açık hava Reklam Yatırımları, 2018-2023

Dünyada Açık hava Reklam Yatırımları, milyar dolar

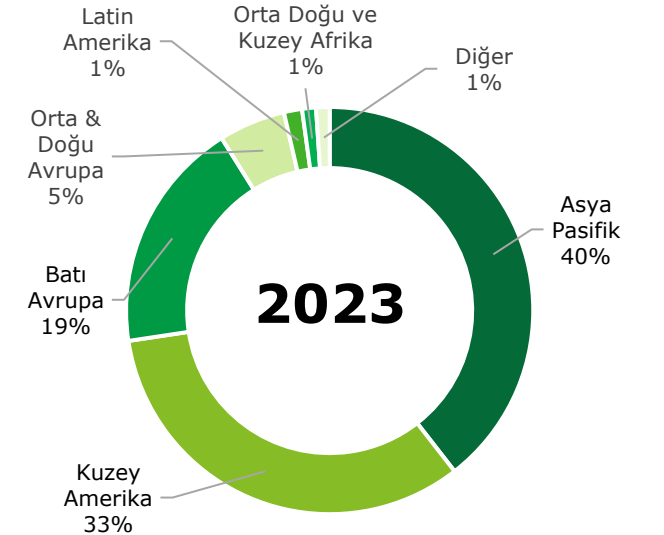


Kaynak: Zenith

Açık hava büyümeye devam ediyor

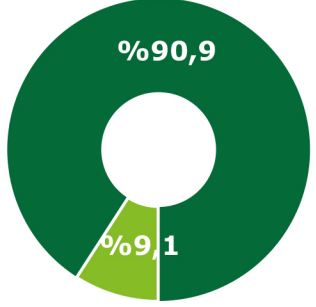
2021'de pandeminin etkilerinin sona ermesiyle yükselişe geçen Açık hava reklam yatırımları 2023'de %7,6 oranında büyüyerek 41 milyar 984 milyon dolara ulaşmıştır.

2023'de en fazla Açık hava Reklam Yatırımı yapılan bölge Asya Pasifik olurken onu Kuzey Amerika ve Batı Avrupa takip etmektedir.

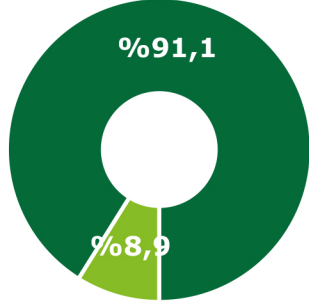


Dünyada Açık hava reklam yatırımları

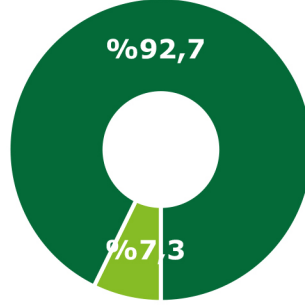
Açık hava reklam yatırımı* bakımından en büyük on ülke, 2023 (Milyon Dolar)



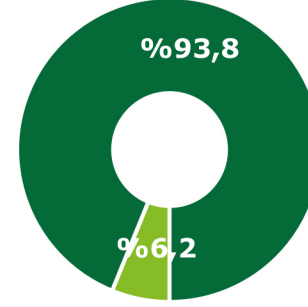
Brezilya
1.985
(21.734)



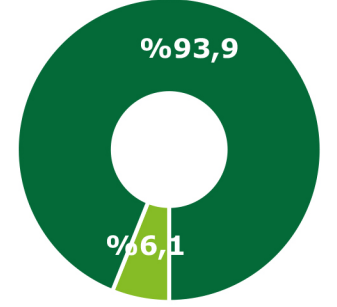
Çin
13.768
(154.652)



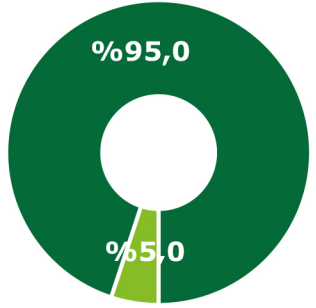
Fransa
1.293
(17.828)



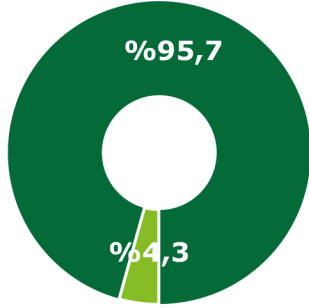
Japonya
3.207
(52.104)



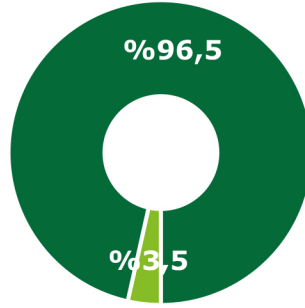
Avustralya
898
(14.776)



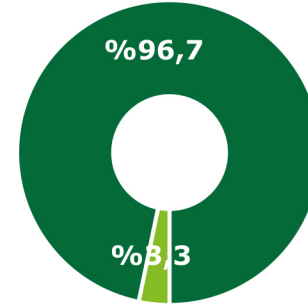
Kanada
779
(15.427)



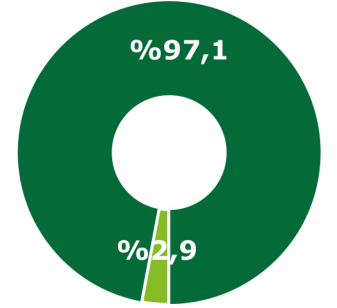
Almanya
1.261
(29.260)



Birleşik Krallık
1.174
(33.525)



İtalya
456
(14.004)



ABD
8.614
(292.491)

■ Açık hava

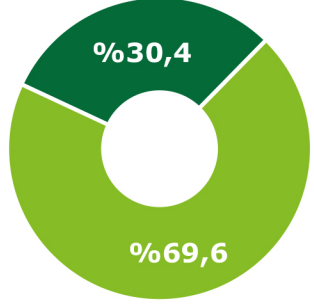
■ Diğer Mecralar

Kaynak: Zenith,
Görsel altında yer alan değerler ülkelerin Açık hava reklam yatırımlarını, parantez içindeki değerler toplam medya yatırımlarını milyon dolar cinsinden gösterir.
Oranlar, toplam medya yatırımları içerisindeki payı gösterir.

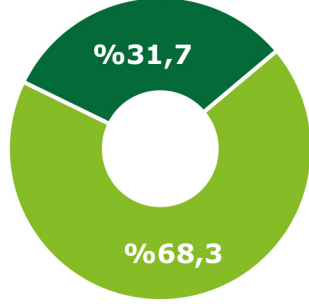
*Geleneksel ve dijital olmak üzere tüm Açık hava reklam yatırımlarını kapsamaktadır.

Dünyada Açık hava reklam yatırımları

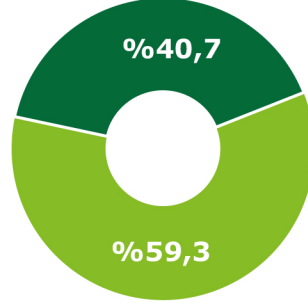
Dijital Açık hava reklam yatırım oranı bakımından en büyük on ülke, 2023 (Milyon Dolar)



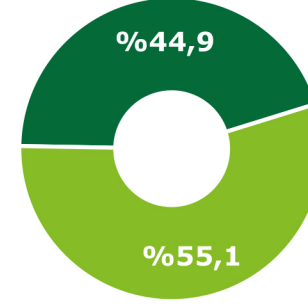
Avustralya
625
(898)



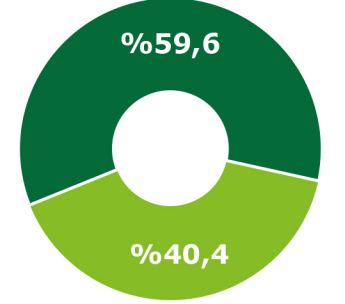
Birleşik Krallık
731
(1.108)



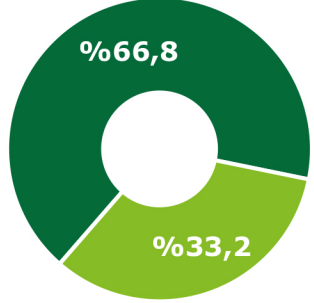
Brezilya
1.177
(1.985)



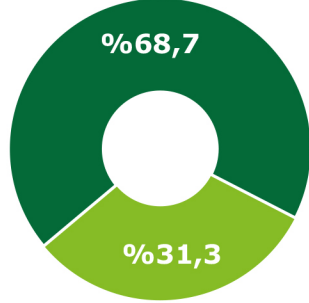
Çin
7.582
(13.768)



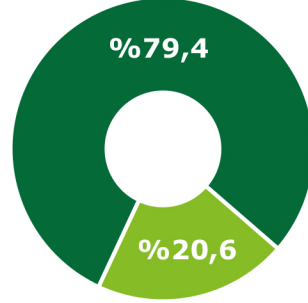
ABD
3.482
(8.614)



İtalya
151
(458)



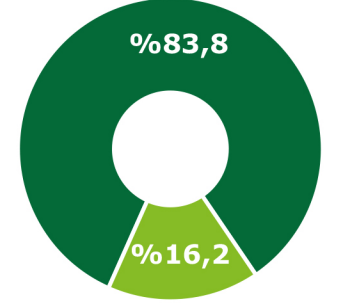
Almanya
395
(1.261)



Fransa
266
(1.293)



Kanada
158
(779)



Japonya
519
(3.207)

■ Geleneksel Açık hava

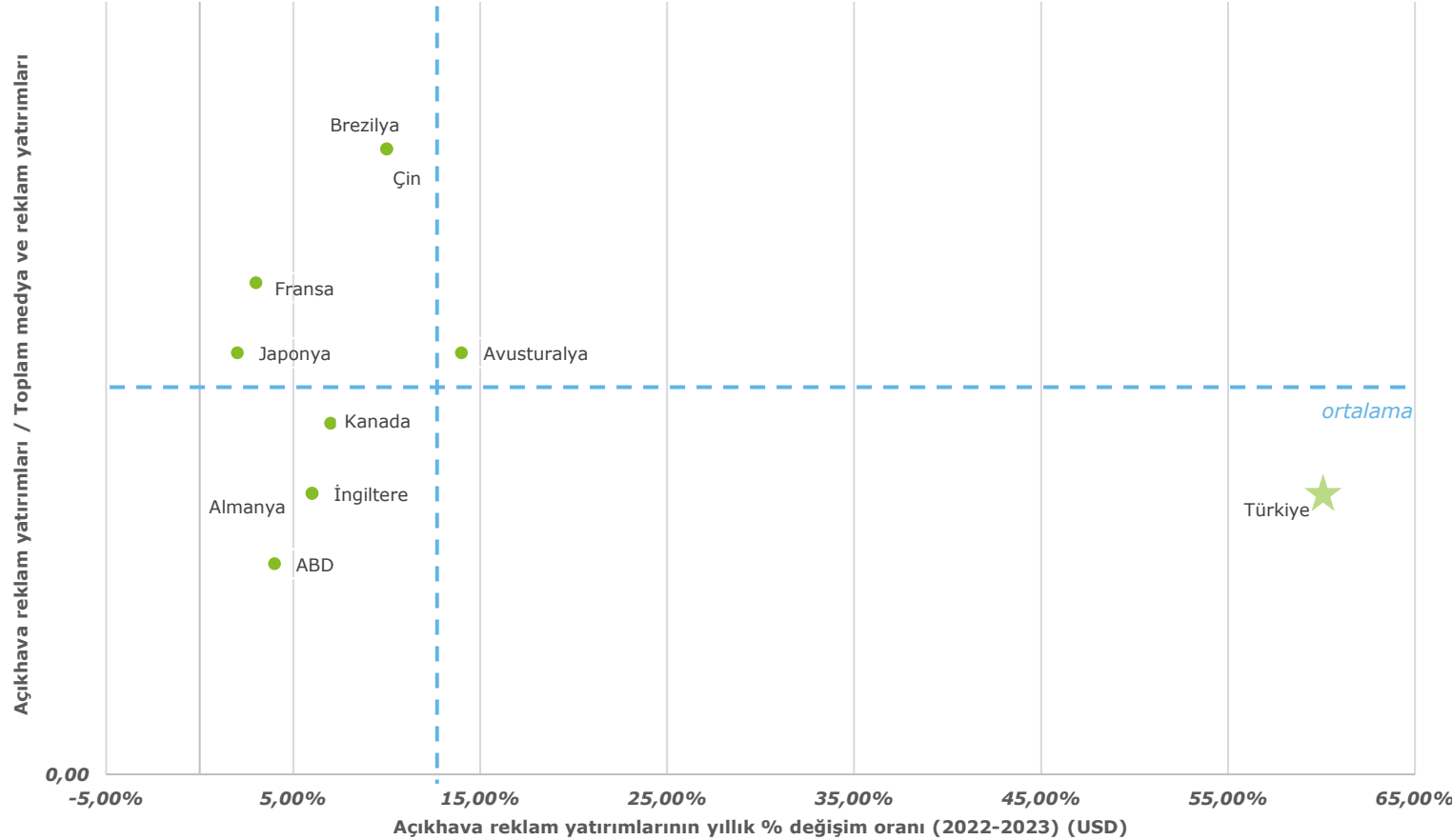
■ Dijital Açık hava

Kaynak: Zenith

Görsel altında yer alan değerler ülkelerin dijital Açık hava reklam yatırımlarını, parantez içindeki değerler toplam Açık hava yatırımlarını milyon dolar cinsinden gösterir. Oranlar, toplam Açık hava medya yatırımları içerisindeki payı gösterir.

Dünyada Açık hava Reklam Yatırımları

Ülkeler bazında Açık hava Reklam Yatırımı / Toplam Medya Yatırımı, 2023



Türkiye’de Açık hava Reklam Yatırımları, dünya ortalamasının üzerinde artışı göstermiştir

2023 yılında dünyada Açık hava reklam yatırımları 41 milyar doların üzerine çıkmıştır.

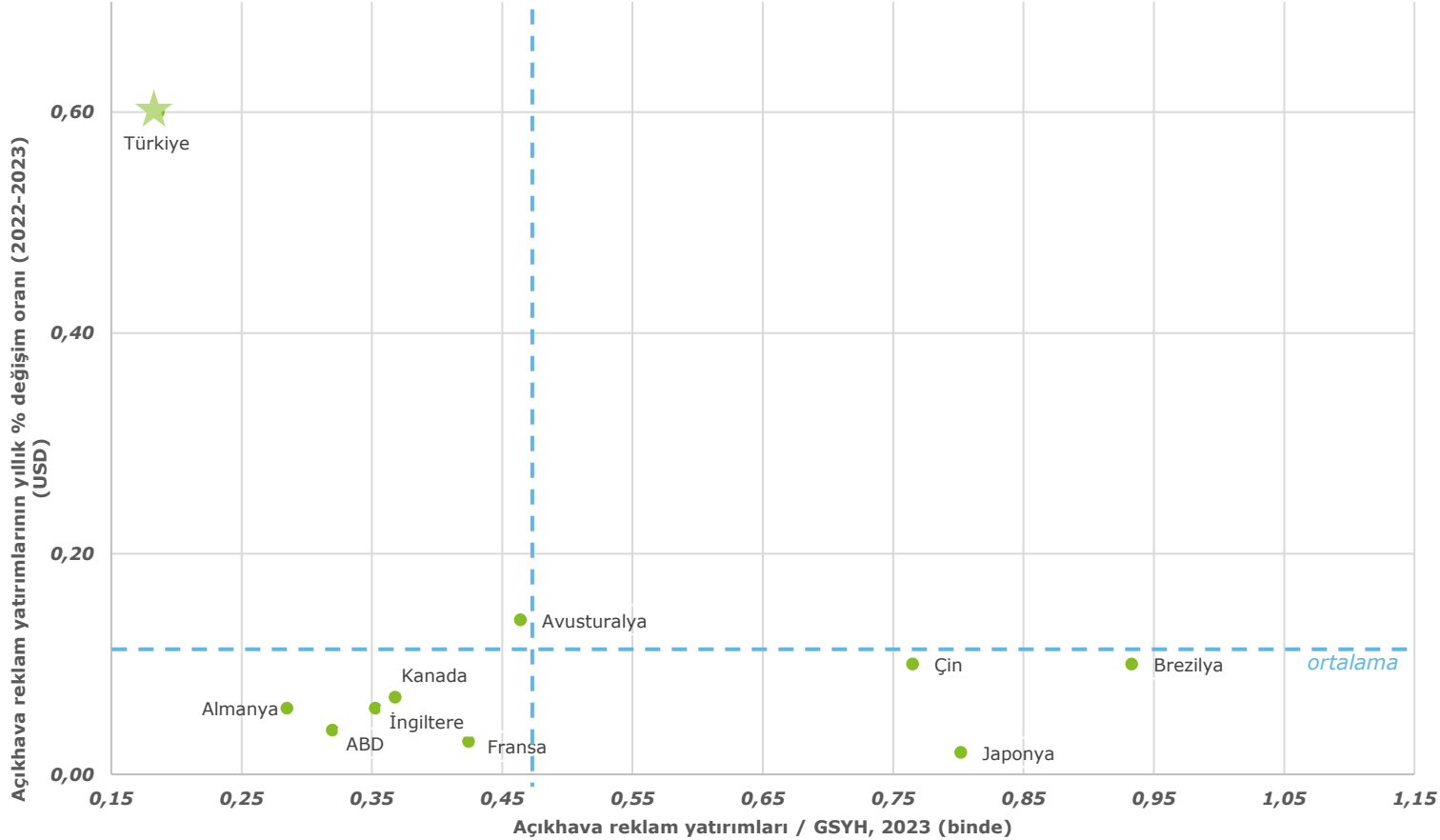
Türkiye, en fazla Açık hava medya yatırımı yapılan 10 ülke içerisinde %60 ile en fazla büyüyen ülke konumundayken sıralamada Türkiye’yi Avusturalya, Brezilya ve Çin takip etmektedir.

Açık hava reklam yatırımlarında çalışmaya konu olan ülkelerde 2022-2023 yılları arasında ortalama %12 oranında bir büyüme görülürken, Türkiye’de bu oran ortalamanın üzerinde %60 olarak gerçekleşmiştir.

Grafiğe konu 10 ülke içerisinde Açık hava reklam yatırımlarının toplam medya yatırımları içindeki payı ortalama %6 iken bu oranın Türkiye’de %4 olduğu görülmektedir.

Dünyada Açık hava Reklam Yatırımları

Ülkeler bazında Açık hava Reklam Yatırımı / GSYH



Türkiye Açık hava reklam yatırımlarında artış potansiyeli gözlemlenmektedir

En fazla açık hava reklam yatırımı yapan 10 ülke incelendiğinde, bu ülkelerin Açık hava reklam yatırımlarının Gayri Safi Yurt İçi Hasılaya (GSYH) oranı ortalama binde 0,49'dur.

Türkiye'de Açık hava reklam yatırımları, 2023 yılında Amerikan doları bazında %60 oranında büyümüş olmasına karşın GYSH'dan aldığı pay Açık hava reklam söz konusu diğer ülkeler ile karşılaştırıldığında binde 0,19 ile kısıtlı kalmıştır.

Bu durum, Türkiye'de açık hava reklam yatırımlarının GYSH'den alabileceği pay bazında ciddi bir büyüme potansiyeli olduğuna işaret etmektedir.

İletişim

Önder Dalkıran

Açikhava Reklamcıları Vakfı
Yönetim Kurulu Başkanı
onder.dalkiran@arvak.com.tr

Ayhan Tezcan

Açikhava Reklamcıları Vakfı
Yönetim Kurulu Üyesi
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



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 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 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.

© 2023. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.