

## Verkkomainonnan kasvu 10 % vuoden ensimmäisellä puoliskolla!

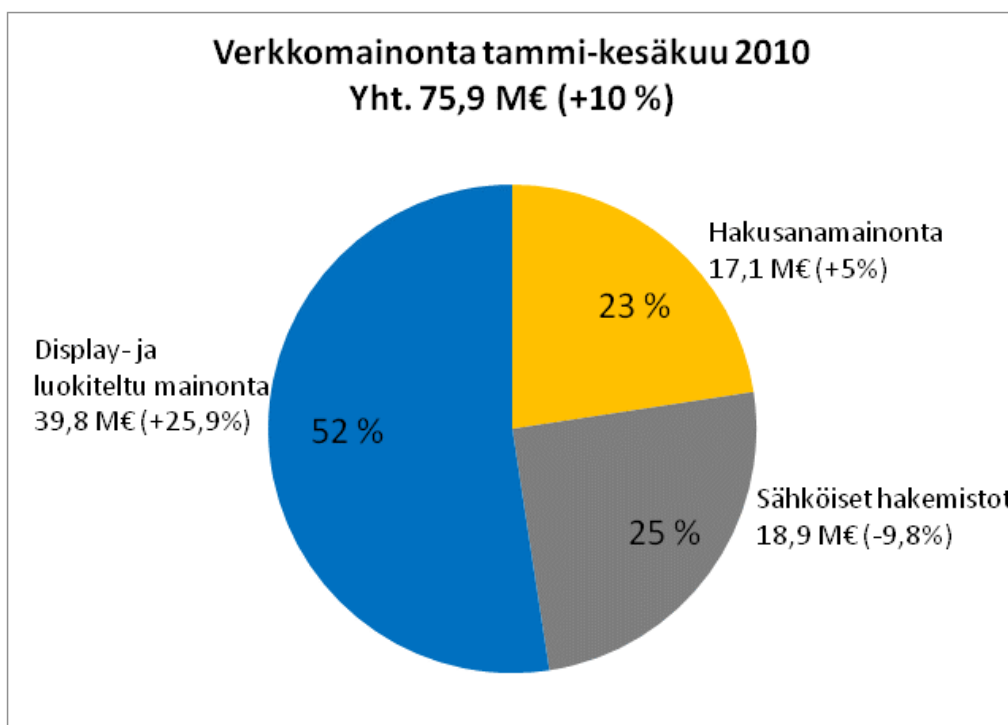
Panostukset verkkomainontaan kasvoivat 10 % verrattuna vuoden 2009 ensimmäiseen puoliskoon. Kokonaisuudessaan verkkomainontaan panostettiin 75,9 miljoonaa euroa tammi-kesäkuussa. Verkkomainonnan kasvu tuli ensisijaisesti display- ja luokitellun mainonnan kiihtyvistä vauhdista. Puolivuositasolla kasvua on edellisvuoteen yli 25 % panostusten ollessa 39,8 M€! Talouden elpyminen on kääntänyt luokitellun mainonnan voimakkaaseen kasvuun. Display-mainonnan puolella uudet isommat mainosmuodot ovat houkuttelleet merkkimainostajia panostamaan yhä enemmän näyttävään verkkomainontaan.

Verkkomainonnan osuus koko mediamainonnasta ensimmäisellä vuosipuoliskolla oli jo 14 % kun se viime vuonna oli 12,6 %.

Alkuvuonna hakusanamainonta kasvoi 5 % panostusten ollessa 17,1 M€. Sähköisten hakemistojen osuus laski 9,8 % ja panostukset olivat nyt 18,9 M€, joten hakusanamainonnan ja hakemistojen yhteinen panostus jäi alkuvuonna display- ja luokiteltua mainontaa pienemmäksi.

Toisella kvartaalilla verkkomainonnan kasvu oli 16,1 % verrattuna edellisvuoteen ja panostukset olivat yhteensä 39,9 M€. Toisen kvartaalin odotettua kovemmat kasvajat olivat display- ja luokiteltu mainonta 32,9 prosentin nousulla. Panostuksia oli 21,2 M€:n arvosta. Hakusanamainonnan kasvu jäi yksinumeroiseksi 6 %:n kasvulla ja 9,1 M€:n panostuksella. Sähköisten hakemistojen pieneneminen hidastui -2,2 prosenttiin 9,7 M€ panostuksilla.

Verkkomainonnassa asiakkaat ovat huomanneet, että ”löydettävissä oleminen” ei riitä vaan verkkomainonnassakin on panostettava mielikuvan rakentamiseen, toteaa IAB:n hallituksen puheenjohtaja Petri Karjalainen ja jatkaa: ”On ilahduttavaa huomata, miten perinteisessä mainonnassa hyväksi todetut asiat ovat mahdollista ja toimivat myös verkossa.”



Lähteet: TNS Media Intelligence, display- ja luokitellut 1-6/2010 sekä IAB Finland, hakusanamainonta ja sähköiset hakemistot 1-6/2010.

IAB Finland kerää haku- ja sähköisen hakemistomainonnan panostukset kvartaaleittain. Tiedontoimittajina ovat kaikki mediatoimistot, Eniro, Estimate, Fonecta, Tulos Helsinki, Klikkicom, Kontaktia, Kwantic, NetBooster, Opasmedia ja Webinfo. Google Finland ei toimita hakusanamainonnan tietoaan suoraan vaan ne kerätään yllä mainituilta toimijoilta. Haku - ja hakemistomainonnan välinen panostus oikaistu vuodelta 2009.

### **IAB Finland**

IAB Finland (Interactive Advertising Bureau) on verkkomainonnan kasvua ja kehitystä ajava järjestö, jonka tavoitteena on edistää internetin ja interaktiivisen viestinnän roolia markkinoinnin, mainonnan ja myynnin kentässä sekä kehittää alan osaamista ja yhteistyötä.

Järjestön toiminnassa on mukana medioita, mediatoimistoja, mainostoimistoja, mainostavia asiakkaita ja teknologiatoimittajia. <http://www.iab.fi>

### **Lisätietoja:**

Birgitta Takala, IAB Finlandin toiminnanjohtaja 040 543 9165, [birgitta.takala@iab.fi](mailto:birgitta.takala@iab.fi)

Petri Karjalainen, IAB Finlandin hallituksen puheenjohtaja 044 011 2650,  
[petri.karjalainen@sanomamagazines.fi](mailto:petri.karjalainen@sanomamagazines.fi)