

# TOIMINTAKERTOMUS 2005

IAB Finland r.y.  
Toimintakertomus 2005

20.3.2006

Annette Saarinen  
IAB Finlandin toiminnanjohtaja

## **IAB:n hallitus vuonna 2005:**

Mikko Ketola	Microsoft
Kimmo Vihanto	Talentum
Satumaija Veckman	TeliaSonera Finland
Jukka Haapalainen	Sanoma
Nicklas Koski	Oy Eniro Finland Ab
Tanja Niittymäki	Fonecta Oy
Carina Stenvall	AlmaMedia
Ismo Tenkanen	TNS Gallup
Susanna Vainionpää	Posti
Pirkka Aunola	Dagmar

Hallituksen puheenjohtajaksi valittiin Carina Stenvall ja varapuheenjohtajaksi Ismo Tenkanen.

Hallituspaikat vaihtuivat seuraavasti kesken kauden: Microsoftin Mikko Ketola vaihtoi yksikköä ja hänen tilallaan aloitti kesällä Jan Kumlin. Talentumin Kimmo Vihanto siirtyi toisiin tehtäviin marraskuun lopussa 2005, joten hänen tilalleen siirtyi varajäsen Janne Muhonen. Samoin Postin Susanna Vainionpää vaihtoi tehtäviä kesken hallituskauden ja hänen tilallaan jatkoi Postin edustajana Tarja Hopekangas.

## **Markkinan kehitys**

Internetmainonnan määrä kasvoi edelleen voimakkaasti. Vuonna 2005 kasvua oli 42,1 %, mikä on 3 % koko mainoskakausta. Kokonaisumma on 36,1 miljoonaa euroa. Tämä luku sisältää luokitellun mainonnan, muttei haku / luettelomainontaa.

Suurimmat yksittäiset syyt interaktiivisen median kasvuun ovat verkossa vietetyn ajan lisääntyminen, laajakaistan yleistyminen ja mainosmuotojen kehittyminen.

IAB suosittelee, että kaikki interaktiivista mainontaa myyvät toimijat ilmoittavat interaktiivisen mainonnan myyntiluvut säännöllisesti Gallup Adexille. IAB osallistui myös Mainosvuosi 2004 julkistustilaisuuteen Kalastajatorpalla tammikuussa 2005.

### **IAB:n mainoskampanja**

IAB Finland teki toukokuussa lume-kampanjan, jossa haluttiin testata verkkomedian toimivuutta lanseerausmedian ja innostaa päivittäistavarasektorin mainostajia panostamaan enemmän verkkomainontaan. Toukokuun alusta lähtien nähtiin monissa eri verkkomedioiden mainos Syntisen Maukkaasta Salmiakkimakkarasta, Musta Makiasta. Tavoitteena oli testata ja mitata kuinka pelkkää verkkomainontaa käyttäen voidaan lanseerata uusi tuote kovan kilpailun omaavaan päivittäistavarasegmenttiin.

Kampanja herätti huomiota, sillä **Mustan Makian sivulla vieraili 139 082 henkilöä** ja kampanjasivustolla olleeseen **kilpailuun osallistui 37 674 henkilöä**. Kampanjasta keskusteltiin myös Internet-päiväkirjoissa eli blogeissa. Kampanjan **huomioarvo kohderyhmässä oli 26 %** ja brändin **tunnettuus kasvoi nolasta 38 prosenttiin!**

- IAB toteutti kampanjan yhteistyössä medioiden kanssa, jotka tarjosivat mediatilan ilmaiseksi
- Kampanjan toteutuksesta vastasi Nitro
- Kampanjan mediasuunnittelusta vastasi Dagmar
- Kampanjanäkyvyyden mediahinnaksi laskettiin noin 120 000 euroa
- TNS Gallup suoritti huomioarvomittauksen kampanjan jälkeen

### **Työryhmät**

Työryhmätyöskentelyn periaatteena on, että työryhmä esittelee ja valmistelee asian hallitukselle ja hallitus hyväksyy/hylkää linjaukset.

Työryhmät ovat:

- Mittaustyöryhmä
- Mainonnan työryhmä
- Tapahtumatyöryhmä
- Internetsivustotyöryhmä
- Tutkimustyöryhmä.

### Mittaustyöryhmä:

Työryhmä kokoontui 4 kertaa ja työryhmän vetäjänä toimii Ismo Tenkanen. Mittaustyöryhmä käsitteli useita kiistanalaisia tapauksia sivustojen ja verkostojen tulkinnoissa.

Mittaustyöryhmä esitti, että sivuston määrittelyksi hyväksytään myös sama domain kaikilla verkkopalvelun sivuilla, jolloin yhtenäistä ulkoasuvaatimusta ei ole. Jos domain vaihtuu eri sivuilla, edellytetään edelleen yhtenäistä ulkoasua (look & feel), jotta palvelun kävijämääriä voitaisiin julkistaa verkkomedioiden listalla.

Mittaustyöryhmä suositteli, että kävijämäärät julkistettaisiin myös mainospaikoittain.

Mittaustyöryhmä suositteli, että ei koota erilaisista tarkistamattomista lähteistä tai verkkomedioidelta itseltään saatuja kävijämäärätietoja samalle listalle. Mittaustyöryhmä suositteli, että IAB Finland ei ota sellaista roolia, että alkaisi itse julkistaa kävijämäärätietoja, koska vastuu niiden tarkistamisesta ja oikeellisuudesta on mittausyrityksillä.

Mittaustyöryhmä suositteli, että Unique Visitor / Unique Browser -termistä otetaan käyttöön nimitys "käyttäjä", ja luovutaan termistä "eri kävijä". Yhden viikon "unique visitors" olisi siten "viikkokäyttäjiä".

### Mainonnan työryhmä:

IAB:n mainonnan työryhmä (aiemmin mainosmuototyöryhmä) kokoontui vuoden aikana yhdeksän kertaa. Työryhmä on tehnyt vuoden aikana IAB:n suositukset seuraavista asioista:

- **Uudet mainoskoot**
- **Mainosten kilotavurajat**
- **Äänen käyttö mainoksissa**
- **Pop-up- ja pop-under-mainonta**
- **Selainten käyttösuuksien ilmoittaminen mediakorteissa**
- **Sivun päälle tulevat mainokset (floating Flash)**
- **Välisivun mainokset (interstitiaali)**

Kaikki suositukset löytyvät IAB:n sivustolta: [www.iab.fi](http://www.iab.fi)

Lisäksi työryhmä järjesti avoimen workshopin internetmainonnan hinnoittelutavoista marraskuussa 2005. Workshopin perusteella IAB päätti suosittaa kahta vaihtoehtoista mainonnan myyntitapaa,

slottipohjaista ja näyttöpohjaista myyntitapaa. Työryhmän toimintaan on viime aikoina tullut mukaan paljon uusia jäseniä. Mainonnan suositusten tekemiseen osallistuu jo 19 yritystä.

#### Tapahtumatyöryhmä:

IAB järjesti kuluneen vuoden aikana kaksi aamiaistilaisuutta:

*19.5.2005 "Mittaus-aamu" MTV3, Auditorio*

Puhujina tilaisuudessa olivat:

Nielsen Netratings David Day, Managing Director

WebSideStory /HBX, Antoine Janning, web consultant

Abovista Steve Jackson

TNS Gallup, Ismo Tenkanen, tutkimusjohtaja

*20.10.2005 Tehokas verkkomainonta, Microsoft Auditorio*

Puhujina tilaisuudessa olivat:

Pirkka Aunola, Dagmar

Polar Parma, Seija Paananen & Sari Terälä

Ville Österlund, InterQuest

Håkan Cedell, Admeta AB

Molempiin tilaisuuksiin osallistui 50-100 henkilöä.

IAB:n jäsen Interquest suoritti tyytyväisyystutkimuksen Tehokas verkkomainonta-aamiaistilaisuuden osallistujille. Yleisarvosanaksi tuli 4,5 ja parhaaksi puheenvuoroksi valittiin 4,77 pisteellä Pirkka Aunolan esittelemä Case Musta Makia- IAB:n "lume lanseerauskampanja" verkossa. Osallistujat toivoivat myös lisää kansainvälisiä puhujia IAB:n aamiaistilaisuuksiin.

IAB:n edustajina toimi GrandOnen tuomaristossa OMD:n Pertti Hakala, sekä toiminnanjohtaja Annette Saarinen.

#### Internetsivustotyöryhmä ja Tutkimustyöryhmä:

Työryhmät eivät kokoontuneet kertaakaan vuonna 2005.

#### **Kansainvälinen toiminta**

Kansainvälisellä puolella IAB Finlandin toiminta on ollut aktiivista. Nicklas Koski osallistuu säännöllisesti IAB European Standards-Task Forcen toimintaan, Annette Saarinen osallistuu sekä IAB European hallituksen istuntoihin, että Online Advertising spend Task Forcen

puheluihin, sekä Ismo Tenkanen on osallistunut Measurement Task Forceen.

Toiminnanjohtaja Saarinen edusti Suomea panelistina syyskuussa Berliinissä I-COMissa (International Conference on Online Media Measurement). Myös Mikko Isoniemi Satamasta osallistui tilaisuuteen.

IAB:n puheenjohtaja Carina Stenvall osallistui Lontoossa järjestettyyn IAB UK:n tilaisuuteen, jossa pääpuhujana oli Bill Gates.

### **Jäsentilanne**

Toimintasuunnitelmassa määritellyt jäsenhankintatavoitteet saavutettiin. Uusina jäseninä aloittavat seuraavat yritykset:  
Mediajäsen: Citypress Oy, Yhtyneet Kuvalehdet Oy  
Liitännäisjäsen: Mainostoimisto Pälikkö, Nitro Oy, Tjäreborg Oy, SnooBI Oy, WhiteRabbit, TradeDoubler Oy, Habanero Media, Toinen Kontaktointitoimisto, Prisma Consulting Oy, Planeetta10 Oy, Digium Oy, Satama Interactive, Aegis Media, Kynämies Oy, Sentera Oyj, 2ndhead Oy, Pool Media International, Happi Mindshare Oy, GetItRight, Total Management Oy

Kasvaneen jäsenmäärän vuoksi myös IAB:n talous on kunnossa.

### **Yhteenveto**

IAB Finlandin toiminta vuonna 2005 oli vilkasta, hallitus kokoontui yhteensä 10 kertaa ja hyväksyi monta erittäin tärkeää ohjeistusta. Suositusten ja standardien merkitys lisääntyy, kun medioiden ja toimijoiden määrä kasvaa ja IAB on voimakkaasti mukana kehityksessä.

Toivottavasti vuonna 2006 into alan kehittämiseen jatkuu ja IAB:n toiminta tehostuu entisestään ja interaktiivisen mainonnan siivu mainoskakussa lähestyy myös median parissa vietettyä aikaa.

Helsingissä 20.3.2006

Annette Saarinen  
IAB Finlandin toiminnanjohtaja

