



## **TOIMINTAKERTOMUS 2006**

IAB Finland r.y.  
Toimintakertomus 2006

7.3.2007

Birgitta Takala  
IAB Finlandin toiminnanjohtaja

### **IAB:n hallitus vuonna 2006:**

Jan Kumlin	Microsoft
Janne Muhonen	Talentum
Ville Sarja	Fonecta Finland
Jukka Haapalainen	Sanoma Osakeyhtiö
Nicklas Koski	Oy Eniro Finland Ab
Pasi Niittymäki	Nitro Fx
Carina Stenvall	MTV Oy
Merja Pyhälä	Alma Media
Ismo Tenkanen	TNS Gallup
Tarja Hopeakangas	Posti
Pertti Hakala	OMD Finland

Hallituksen puheenjohtajaksi valittiin Carina Stenvall ja varapuheenjohtajaksi Jan Kumlin.

Hallituspaikat vaihtuivat seuraavasti kesken kauden:

Microsoftin Jan Kumlin siirtyi toiseen yritykseen hänen tilallaan aloitti syksyllä Mikko Ketola. Eniron Nicklas Koski siirtyi toisiin tehtäviin ja hänen tilallaan aloitti syksyllä Erkko Simsiö. Jukka Haapalaisen tilalla toimi varajäsen Johanna Huhtarihi

### **Markkinan kehitys**

Internetmainonnan määrä kasvoi edelleen voimakkaasti. Vuonna 2006 kasvua oli 25,7 %, mikä on 3,8 % koko pienestä mainoskuksesta. Kokonaisumma on 47,1 miljoonaa euroa. Tämä luku sisältää bannerimainonnan ja luokitellun mainonnan, muttei haku- ja luettelomainontaa. Verkkomainonta kasvoi ohi radiomainonnan, prosenttiosuus oli sama, mutta euroissa mitattuna verkkomainonta oli yli 1 milj. euroa suurempi.

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 Media Intelligencelle.

### **Työryhmät**

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

Työryhmät ovat:

- Mainonnan työryhmä
- Mittaustyöryhmä
- Tutkimustyöryhmä
- Hakusanainonnan työryhmä
- Tapahtuma ja koulutus työryhmä
- Viestinnän työryhmä

### **Mainonnan työryhmä:**

IAB:n mainonnan työryhmä kokoontui vuoden 2006 aikana 6 kertaa.

Työryhmä on tehnyt vuoden aikana IAB:n suositukset seuraavista asioista:

- Internetmainonnan sanasto
- Laajenevat mainokset
- Uusi mainoskoko: 468x400 (jättiboksi)
- Mainosten animoinnin maksimipituus
- Yhtenäinen linkkiparametri Flash-mainoksissa

Lisäksi työryhmä on tehnyt suosituksen käytännöistä liittyen mainosmateriaalin toimitukseen medioille ja miten myöhässä tulevien mainosmateriaalien osalta tulisi toimia.

Työryhmän vetäjänä toiminut Eniron Nicklas Koski siirtyi uusiin tehtäviin marraskuussa 2006 ja hänen tilalleen työryhmän vetäjäksi valittiin Tuomo Julmala Yhtyneiltä Kuvalehdiltä.

Mainonnan suositusten tekemiseen osallistuu 19 yritystä. Kaikki suositukset löytyvät IAB:n sivustolta: [www.iab.fi](http://www.iab.fi)

### **Hakusanamainonnan työryhmä**

IAB Finlandin uusiin työryhmä, *Hakusanamainonnan työryhmä*, aloitti toimintansa keväällä 2006. Työryhmä kokoontui ensimmäisen kerran 30.3.2006 ja tapasi vuoden aikana 6 kertaa. Työryhmän vetäjäksi valittiin Eniron Erkko Simsiö.

Työryhmä syntyi kasvavasta tarpeesta luoda alalla toimiville suosituksia ja standardeja liittyen myös Suomessa voimakkaasti kasvavaan hakusanamainontaan. Työryhmä keskittyy nimenomaisesti hakusanamainontaan, mutta käsittelee myös hakukoneoptimointia ja sähköisiä hakemistoja koskevia asioita. Työryhmän toimintaan on osallistunut yli 20 organisaatiota, joiden joukossa ovat olleet Suomen markkinoilla aktiivisesti toimivat mediat sekä erilaiset asiantuntijaorganisaatiot.

Ensimmäisen, vajaan toimintavuotensa aikana työryhmä tuotti *Hakukoneoptimoinnin eettinen ohjeiston ja Hakusanamainonnan sanaston*. Työryhmän tavoitteena on yhteisten pelisääntöjen luomisen lisäksi edistää hakusanamainonnan tunnettuutta Suomessa.

#### Mittaustyöryhmä:

IAB:n mittaustyöryhmä kokoontui vuoden aikana 3 kertaa.

Työryhmässä käsiteltiin vuoden 2006 aikana mm. seuraavia asioita:

- eri kävijöiden laskennan uusinta ja siitä tiedottaminen
- lokitilastojen käyttö kävijämäärätilastoina
- RSS-palvelujen vaikutus mittaamiseen
- vierailun keston julkistaminen tulospalvelussa

Keskeiset päätökset ja suositukset vuonna 2006:

- tiedotettiin uudesta eri kävijöiden laskentatavasta, jonka Taloustutkimus Oy ja TNS Gallup ottivat käyttöön heinäkuussa 2006. Uusi mittaustapa eliminoi tehokkaasti cookien tuhoajien kertautumisen verkkopalvelujen kävijämääriin, ja teki eri kävijöiden laskennan aiempaa luotettavammaksi ja tasapuolisemmaksi eri sivustojen kesken.
- suositeltiin, että lokipohjaisia tilastoja ei käytetä verkkomediaossa yleisömäärien lähteenä, koska lokitilastot jäävät vajavaisiksi sivujen välimuistitapahtumien puuttumisen takia.
- todettiin, että RSS-palvelut eivät ole kävijämäärämittaukselle ongelma, koska syötteiden saapumista/kertymistä ei mitata liikenteeksi millekään sivustolle. Käyttäjän siirtyessä linkin kautta syötteen lähdesivulle mitataan normaalisti sivulataus avautuvassa uutispalvelussa tms.
- suositeltiin, että vierailun kestoa ei julkisteta tulospalvelussa, niin kauan kuin vierailun keston laskennassa on kokonaan karsittu sekä yhden sivun vierailut että poistumissivun luku-aika kokonaan, kuten on Levikintarkastusjärjestöjen voimassaoleva standardi tällä hetkellä. Koska erityisesti yhden sivujen vierailujen osuus kaikista vierailukerroista vaihtelee jyrkästi eri verkkosivustojen välillä, vierailun keston julkistaminen nykyisillä kriteereillä saattaisi sivustot eriarvoiseen asemaan.

Työryhmän vetäjänä oli Ismo Tenkanen TNS Gallup Oy:stä.

### Tutkimustyöryhmä

Työryhmän uudeksi vetäjäksi valittiin syksyllä Pirkka Aunolan siirtyessä uusiin tehtäviin Ville Österlund InterQuestistä.

Työryhmä kokoontui kaksi kertaa vuoden 2006 aikana. Vuoden 2006 lopulla kokoonnuttiin 're-starttaamaan' toimintaa ja pohtimaan tutkimustyöryhmän roolia ja tavoitteita

Uuden työryhmän tavoitteena on ensin 'vakiinnuttaa' toiminta ja löytää ryhmän aktiiviset jäsenet.

### Tapahtumatyöryhmä:

IAB järjesti kuluneen vuoden 2006 aikana kaksi aamiaistilaisuutta:

10.3.2006

*Hakusanamainonta, MTV3 Auditorio*

Puhujina tilaisuudessa olivat:

Johan Kinnander, Google

Teemu Neiglick, Toinen Helsinki

Markus Varsikko, Get it Right

Pekka Koskinen, Snoobi

2.11.2006

*Luova Verkkomainonta, MTV3 Auditorio*

Puhujina tilaisuudessa olivat:

Ville Österlund, InterQuest

Veijo Hytti, Happi Mindshare

Juhani Pekkala, Talous Sanomat

Antti Toivonen, Tequila

Tiina Sire'n, Finn Matkat

Juha Rouvinen, Draft

Tilaisuuksiin osallistui 50 -100 henkilöä.

IAB:n jäsen InterQuest suoritti tyytyväisyystutkimuksen molempien tilaisuuksien osallistujille. Yleisarvosanaksi tuli 4,65 ja 4,7. Osallistujat toivoivat myös lisää caseja ja kansainvälisiä puhujia IAB:n aamiaistilaisuuksiin.

Koulutus:

IAB Finland aloitti englantilaisen IDM Digital Marketing –koulutuksen lanseerauksen jäsenilleen. Koulutus alkaa tammikuussa 2007.

Työryhmän vetäjänä aloitti Microsoftin Mikko Ketola Jan Kumlinin siirryttyä toisiin tehtäviin.

### Viestinnän työryhmä

Internetsivustotyöryhmä muutti nimensä Viestinnän työryhmäksi. Työryhmä kokoontui kerran syksyn aikana.

Työryhmän tärkeimpänä tehtävänä aloitettiin IAB:n sivustouudistus.

Sivustouudistuksen toteuttajaksi valittiin IAB:n jäsen Satama Oy.

Sivustouudistuksen on määrä valmistua alkuvuonna 2007.

Työryhmän tavoitteena on myös lisätä IAB:n tiedotustoimintaa esim. lehdistötiedotteiden toimittamisella medioille. Vuoden 2006 aikaa lähetettiin neljä lehdistötiedotetta ja lisäksi useita jäsentiedotteita

Työryhmän vetäjänä toimi Annette Saarinen ja syyskuusta lähtien Birgitta Takala.

### Julkinen kuva

IAB:n tutkimustoiminnan keskeinen tehtävä on tuottaa tietoa, joka auttaa suomalaisia mainostajia onnistumaan ja menestymään interaktiivisen markkinoinnin välityksellä. Tutkimustoiminnan rooli on myös aineiston tuottaminen tiedotuksen perustaksi. Eri lähteistä saatavan information hankkimisella, analysoinnilla, yhdistämisellä ja popularisoinnilla herätetään keskustelua interaktiivisen mainonnan keinoista ja muodoista.

IAB pyrkii saamaan näkemyksensä esille lehdistölle ja avaamaan kiinnostavan keskustelun intermediatasolla käsittämään koko mainonnan alaa.

Vuonna 2006 IAB Finland lähetti neljä lehdistötiedotetta. Ensimmäisessä kerrottiin verkkomainonnan kasvusta (Gallup Mainosvuosi 2005), toisessa kerrottiin verkkopalvelujen kävijälaskennan tarkentumisesta, kolmannessa julkaistiin suositus laajenevista mainosmuodoista ja neljännessä julkaistiin IAB Finlandin vahvistaneen toimintaansa uuden päätoimisen toiminnanjohtajan valinnalla.

Haastatteluja tehtiin vuoden aikana 2006 radioon, Taloussanomiin ja M&M:ään.

### Kansainvälinen toiminta / informaation vaihtamien

Kansainvälisellä puolella IAB Finlandin toiminta on ollut aktiivista. Nicklas Koski osallistui säännöllisesti IAB European Standards-task forcen toimintaan, sekä Ismo Tenkanen on osallistunut Measurement Task Forceen.

Vuonna 2006 IAB:n euroopan hallituksen kuukausittaisissa konferenssipuheluissa oli mukana myös IAB Finlandin edustaja, Annette Saarinen osallistui IAB European conference calleihin Suomen toiminnanjohtajana ja Birgitta Takala on jatkanut osallistumista syyskuusta lähtien.

IAB Finlandin hallituksen puheenjohtaja Carina Stenvall osallistui New Yorkissa järjestettyyn IAB Global kokoukseen syyskuussa.

### **Jäsentilanne**

Toimintasuunnitelmassa määritellyt jäsenhankintatavoitteet saavutettiin.  
Uusina jäseninä aloittivat seuraavat yritykset:

Mediajäsen: Coronaria Oy.

Liittännäisjäseninä: Valve Branding, Mediaedge:cia, Grey Direct, Iro Reasearch, Ittala Group, Henki-Sampo.

IAB Finlandilla oli vuonna 2006 yhteensä 54 jäsentä, joista 11 varsinaista jäsentä (mediajäsentä) ja loput liittännäisjäseniä.

Kasvaneen jäsenmäärän myötä yhdistyksen talous mahdollisti päätoimisen toiminnanjohtajan palkkaamisen. Birgitta Takala aloitti toiminnanjohtajana 1.9.2007.

### **Yhteenvedo**

IAB Finlandin toiminta vuonna 2006 oli vilkasta, hallitus kokoontui yhteensä 11 kertaa ja käsitteli monta tärkeää asiaa ja hyväksyi useita toimialalle tärkeitä ohjeistuksia. Suositusten ja standardien merkitys lisääntyy, kun medioiden ja toimijoiden määrä kasvaa ja IAB on voimakkaasti mukana kehityksessä.

Toivomme, että vuonna 2007 into alan kehittämiseen jatkuu ja IAB:n toiminta tehostuu entisestään. Tärkeänä tavoitteena on saada verkkomainonnan määrittely ajan tasalle ja näin nostaa verkkomainonnan osuutta mainoaskakussa vastaamaan paremmin esim. kansainvälistä käytäntöä.

Helsingissä 7.3.2007

Birgitta Takala  
IAB Finlandin toiminnanjohtaja