

IAB Finland ry

# Vuosikokous 2011

15.3.2010 klo 14.00 - 15.00, IAB Finlandin kokoustilat



## Sisällysluettelo

Esityslista .....	3
Toimintakertomus 2010 .....	4
IAB:n hallitus vuonna 2010.....	4
Markkinan kehitys .....	5
IAB:n missio, ydinviestit ja visio.....	6
Viestintä.....	6
Markkinointi .....	7
Koulutukset.....	7
Seminaarit.....	8
Työryhmät .....	9
Mainonnan työryhmä.....	9
Hakutyöryhmä .....	10
Mittaustyöryhmä.....	10
Tietosuojatyöryhmä (ent. Säätelytyöryhmä) .....	11
IAB:n Markkinointi- ja viestintätyöryhmä .....	11
Jäsentilanne .....	12
Tilinpäätös 2010 .....	13
Säätömuutokset .....	14
Yhteenveto .....	15
Hallituksen ja tilintarkastajien valinta vuodelle 2011. ....	16
Hallitus 2011 .....	16

## Esityslista

1. Kokouksen avaus
2. Kokouksen puheenjohtajan ja sihteerin valinta sekä kahden pöytäkirjan tarkastajan ja kahden ääntenlaskijan valinta
3. Kokouksen laillisuuden ja päätösvaltaisuuden toteaminen
4. Esityslistan hyväksyminen
5. Vuoden 2010 toimintakertomuksen esittely
6. Vuoden 2010 tilinpäätöksen vahvistaminen ja tilintarkastuskertomuksen läpikäyminen sekä vastuuvapauden myöntäminen tilivelvollisille
7. Sääntömuutokset
8. Erovuoroisen hallituksen vapauttaminen tehtävistään sekä vuoden 2011 hallituksen ja tilintarkastajien valinta
9. Vuoden 2011 talousarvion ja toimintasuunnitelman hyväksyminen
10. Vuoden 2011 jäsenmaksujen suuruuden ja maksupäivän määrittäminen
11. Muut esille tulevat asiat
12. Kokouksen päättäminen

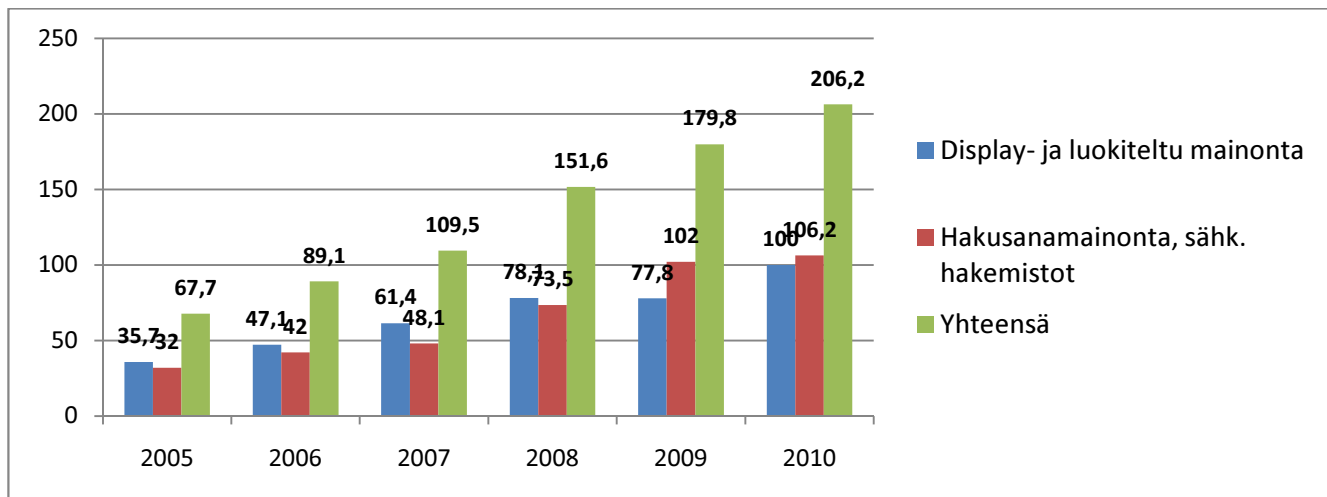
## Toimintakertomus 2010

### IAB:n hallitus vuonna 2010

- Hallituksen puheenjohtaja, **Petri Karjalainen**, Sanoma
- Varapuheenjohtaja, **Andrea Alvarez**, Otava Media > **Jukka Pulkkinen**, Otava Media
- **Raimo Mäkilä**, Alma Media
- **Juha Juosila**, MTV > **Henrik Laine**, MTV
- **Janne Muhonen**, Talentum
- **Jani Savolainen**, Microsoft
- **Jari Jaanto**, Sulake Dynamoid
- **Robin Bade**, Activeark
- **Jonna Toikka**, Aegis Media
- **Seppo Roponen**, TNS Gallup Oy
- **Tiina Sirén**, Oy Finnmatkat Ab

## Markkinan kehitys

- Vuoden 2010 mainospanostustiedoissa näkyy selvästi kaksi merkittävää verkkomainonnan trendiä. Display-mainonta kasvoi hakusanamainontaa suuremmaksi ja panostukset sähköisiin hakemistoihin kääntyivät laskuun. Display-mainonnan kasvua vauhditti merkkimainostajiin vetoavat näyttävämmät mainoskoot ja -muodot, suuremmat huomioarvot sekä mahdollisuus rajata kampanjaan sopiva mediaympäristö.
- Vuoden 2010 yhteenlaskettu panostus verkkomainontaan on 206,2 miljoonaa euroa, jossa kasvua edellisvuoteen on yhteensä 14,7 %. Display-mainonta näytti koko mediakentän huikkeimman kasvuluvun 35,9% panostusten ollessa yhteensä 70,4 miljoonaa euroa. Luokitellun verkkomainonnan kasvu oli 14 % panostuksen noustessa 29,6 miljoonaan euroon. Hakumainonnan kasvu on pienentynyt, mutta on edelleen 30,7 % panostusten ollessa 66 miljoonaa euroa. Panostukset sähköisiin hakemistoihin laskivat 21,9 % ja panostus jäi 40,2 miljoonaan euroon. Mediamainonnan kokonaismäärä vuonna 2010 on 1346,9 miljoonaa euroa, muutos edelliseen vuoteen on +4,8 %. Verkkomainonta on kolmanneksi suurin mediaryhmä 15,3 %:n osuudella.



M€	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Display- ja luokiteltu mainonta	35,7	47,1	61,4	78,1	77,8	100
Hakusanamainonta, sähköiset hakemistot	32	42	48,1	73,5	102	106,2
<b>Yhteensä</b>	<b>67,7</b>	<b>89,1</b>	<b>109,5</b>	<b>151,6</b>	<b>179,8</b>	<b>206,2</b>

## IAB:n missio, ydinviestit ja visio



## Viestintä

**IAB:n viestintä on ollut määrätietoista ja pitkäjänteistä toimintaa, jolla on vaikutettu IAB:n erisidosryhmien mielikuviin IAB:stä. Tavoitteena on ollut IAB:n tunnettuuden rakentaminen ja vahvistaminen.**

- Medioille on lähetetty lehdistötiedotteita mm. Verkkomainonnan määrä 2010, uuden hallituksen kokoonpanosta, verkkomainonnan määrän kehityksestä kvartaaleittain, kävijämääramittauksen uudistuksesta, Euroopan verkkomainonnan määrä AdEx 2009 sekä verkkomainonnan näkymät 2011 -kyselyn tulokset.
- Jäsenille on lähetetty vähintään 2 ajankohtaisista alan kuulumisista sekä IAB:n toimintaan liittyvistä uutisista koostuvaa uutiskirjettä kuukaudessa.
- Verkkosivuja on päivitetty aktiivisesti vastaamaan paremmin jäsenhankinnan haasteisiin sekä palvelemaan tehokkaammin jäsenistöä.
- Facebookiin perustettiin IAB Finland -sivut, joita käytettiin tukemaan viestintää.
- Tiedotteita seminaareista ja tapahtumista on lähetetty jäsenkunnalle sekä verkkomainostaja- ja mainostoimistorekistereihin.

## Markkinointi

**Vuonna 2010 tehtiin markkinoinnillisia toimenpiteitä IAB:n tunnettuuden lisäämiseksi ja toiminnan kasvattamiseksi.**

- Verkkomainostaja- ja mainostoimistorekistereitä on hyödynnetty markkinoinnissa. Rekistereitä on hyödynnetty seminaari- ja tapahtumamarkkinoinnissa sekä jäsenhankinnassa. IAB:n digiseminaareja markkinoitiin iltalehti.fi-, marmai.fi- ja kauppalehti.fi-verkkomedioissa.
- IAB:n digiseminaareja ja koulutuksia markkinoitiin IAB:n omien verkkosivujen lisäksi marmai.fi- ja vierityspalkki.fi –verkkomedioissa sekä koulutus.fi –sivustolla
- IAB:n Facebook sivustoa käytettiin tapahtumien markkinoinnissa

## Koulutukset

**Syksyllä 2009 laaditussa koulutuskonseptissa määritelty IAB:n kouluksellinen tavoite on kasvattaa alan osaamista ja ymmärrystä ja näin mahdollistaa verkkomarkkinoinnin kasvaminen. Vuoden 2010 maaliskuusta lähtien kirjattiin koulutuksen tulot ja kulut IAB Oy:n nimiin.**

Tavoitteen mukaisesti IAB jatkoi IDM - Digitaalisen markkinoinnin koulutusohjelman toteuttamista Suomessa sekä järjesti jäsenilleen kaksi puolen päivän koulutusta.

- IDM-koulutuksen neljäs vuosikurssi aloitti tammikuussa 2010 ja vuoden 2009 opiskelijat valmistuivat huhtikuussa.
- 25.1. uusittiin joulukuussa 2009 pidetty Verkkomediamyynnin koulutus. Osallistujia oli 120
- 1.12. järjestettiin Verkkomediamyynnin jatkokoulutus, johon osallistui 85 henkilöä.

## Seminaarit

Koulutuksellisen tavoitteen mukaisesti IAB järjesti vuoden 2010 aikana kolme myös jäsenistön ulkopuolisille tahoille markkinoitua digiseminaaria. Lisäksi järjestettiin ensimmäistä kertaa IAB Grand One –suurseminaari.

Vuoden 2010 maaliskuusta lähtien kirjattiin seminaarien tulot ja kulut IAB Oy:n nimiin.

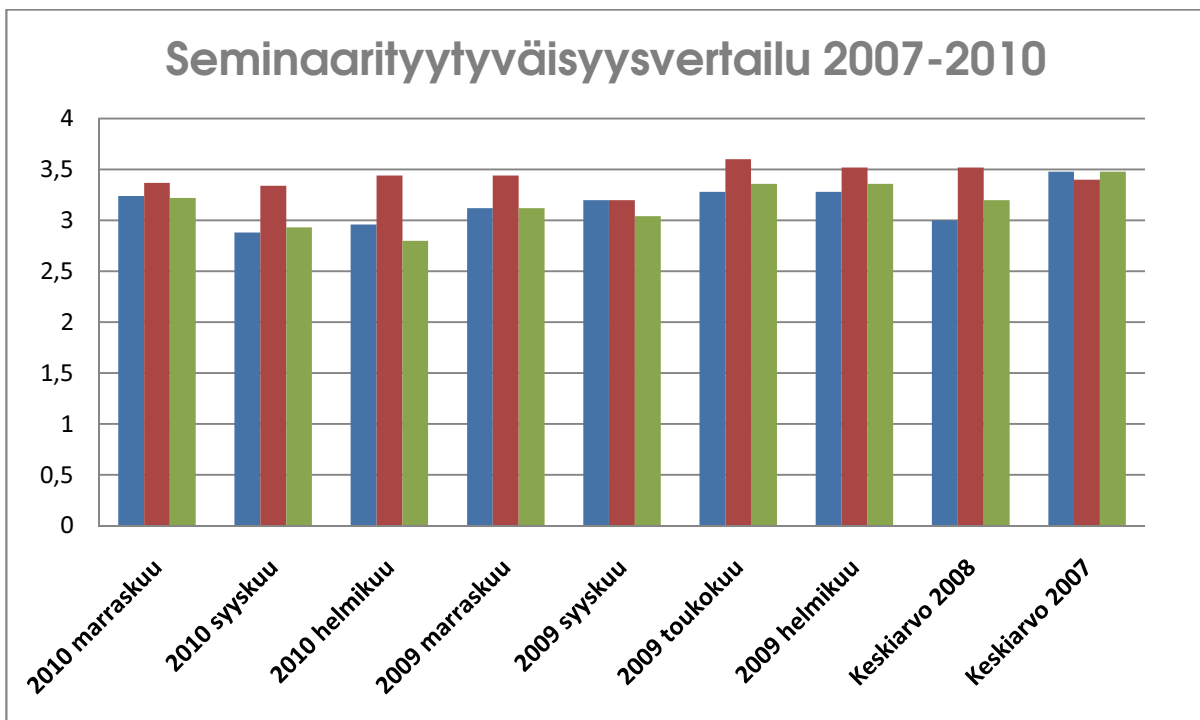
Seminaarien aiheet olivat:

- Haku yksin ei riitä? - Hakumarkkinoinnin tehokas kytkeminen muuhun kampanjointiin 4.2., osallistujamäärä n. 85
- IAB Grand One 25.3., osallistujamäärä n. 155
- Brändimainonta verkossa 9.9., osallistujamäärä n.130
- Hot or Not 2010 18.11., osallistujamäärä n. 110

Seminaarien tarkoitus on tarjota digitaalisen markkinoinnin ja mainonnan alalta, ajankohtaisesta aiheesta kattava sekä näkemyksiä että kokemuksia sisältävä tietopaketti. Seminaarien puhujat ovat olleet pääsääntöisesti IAB:n jäsenyrityksistä.

Syksyn seminaareissa oli useita kansainvälisiä puhujia.

### Seminaarityytyväisyys 2010





## Työryhmät

**IAB:n työryhmätoiminta takaa alan positiivisen kehityksen ja vahvistaa IAB:n asemaa verkkomarkkinoinnin kattojärjestönä.**

- IAB:lle perustettiin syksyllä 2010 yksi uusi työryhmä, Markkinointityöryhmä. Työryhmän tavoitteena on edistää IAB:n omaa markkinointia ja viestintää.

Työryhmätoiminnan periaatteena on, että työryhmä esittelee ja valmistelee asian hallitukselle ja hallitus hyväksyy tai hylkää linjaukset. Säännöllisesti kokoontuvia työryhmiä on viisi, joiden lisäksi voidaan perustaa tarpeen mukaan projektiryhmiä.

<p><b>Työryhmät:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mainonnan työryhmä</li> <li>• Hakutyöryhmä</li> <li>• Mittaustyöryhmä</li> <li>• Tietosuojatyöryhmä</li> <li>• Markkinoinnin ja viestinnän työryhmä</li> </ul>	<p><b>Projektiryhmät:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tutkimus</li> </ul>
--	--

### Mainonnan työryhmä

Työryhmän vetäjänä toimii Mika Räihä Dagmar, Blue 1. 12/2010 alkaen

IAB:n mainonnan työryhmä kokoontui vuoden 2010 aikana 7 kertaa ja sen toimintaan osallistui yli 20 yrityksen edustajat.

Työryhmässä käsiteltiin vuoden aikana mm. seuraavia asioita:

- Mobiilimainonta
- Mainosmateriaalien toimitusajat
- Online-videomainonta
- iPad-mainonta
- Mainoskampanjoiden tehokas toisto ja toistorajoitteet
- Työryhmä laati suosituksen uudelle mainospaikalle, ns. paraatipaikalle

## Hakutyöryhmä

Työryhmän vetäjänä toimii Ismo Tenkanen MediaContactsilta.

Työryhmä kokoontui vuoden 2009 aikana 6 kertaa ja sen toimintaan osallistui 16 eri yrityksen edustajia.

Työryhmässä toteutettiin ja käsiteltiin vuoden aikana mm. seuraavia asioita:

- Laadittiin sähköisten hakemistojen eettiset ohjeistukset
- Päivitettiin hakumainonnan ostamisen oppaita IAB:n verkkosivuille
- Päivitettiin hakukoneoptimoinnin rooli digitaalisessa markkinoinnissa
- Toteutettiin hakumainonnan määrän estimointi Suomessa kyselytutkimuksella
- Hakumainonnan panostusten kasvuluvut Suomessa ja maailmalla
- Hakumainonnan kilpailijatietojen tarjonta
- Googlen käyttöehtojen muutos
- Valmisteltiin ja toteutettiin IAB Hakuseminaari helmikuussa 2010
- Esiteltiin kotimaisia ja ulkomaisia ratkaisuja verkkosivustojen profilointiin

## Mittaustyöryhmä

Työryhmän vetäjänä toimii Seppo Roponen TNS Gallupilta. Vuoden lopussa ryhmän vetovastuu siirtyi Kwanticin Janne Korvelle.

Mittaustyöryhmä kokoontui vuoden 2010 aikana 12 kertaa ja sen toimintaa osallistui yli 20 yrityksen edustajat.

Työryhmässä käsiteltiin vuoden aikana mm. seuraavia asioita:

- Muuntokerrointutkimus ☒ Kävijämäärä-tunnusluvun käyttöönotto
- Ohjeet ja suositukset kävijämääräluvun käytöstä ja hyödyntämisestä
- Mobiilimedian mittauksen pelisäännöt
- Sosiaalisen median mittausta ja mitattavuutta koskeva selvitystyö
- ”Työryhmä on myös arvioinut yksittäisiä palveluita ja käsitellyt mittaussääntöjen noudattamissa yksittäisissä palveluissa.

### Tietosuojatyöryhmä (ent. Säätelytyöryhmä)

Työryhmän vetäjänä toimi Petra Wikström-Van Eemeren MTV Medialta.

Työryhmä perustettiin syksyllä 2009. Sen tehtävä on kartoittaa ja käydä läpi niitä itsesääntelyyn ja lainsäädäntöön, erityisesti EU-lainsäädännön muutoksiin liittyviä asioita, jotka vaikuttavat verkkomarkkinointiin ja verkkomedioiden toimintaan. Työryhmän toiminta on ensisijaisesti tiedotusluonteista ja se kokoontuu vain tarvittaessa.

Työryhmä kokoontui vuoden 2010 aikana 4 kertaa ja sen toimintaa osallistui 9 eri yrityksen edustajat.

Työryhmässä käsiteltiin vuoden aikana mm. seuraavia asioita:

- EU:n sähköisen viestinnän tietosuojan direktiivin evästeartiklan implementointi
- IAB Finlandin jäsenille tiedote evästeiden käytöstä ja tarpeellisuudesta
- Kohdennettu mainonta (OBA)
- Suomessa IAB Finland on Euroopan ja UK:n mallien pohjalta työstänyt oman ohjeistuksen selainkäyttöön perustuvan mainonnan periaatteista. Ohjeistus on tarkoitettu implementoida vuoden 2011 aikana.

### IAB:n Markkinointi- ja viestintätyöryhmä

Työryhmän vetäjänä toimii Birgitta Takala IAB Finlandista.

Työryhmän tehtävänä on suunnitella IAB:n seminaareja ja koulutuksia. Lisäksi työryhmä kehittää IAB:n markkinointia ja viestintää. Toiminnan fokusta tarkennettiin verkkomainontaan. IAB:n viestinnän tavoitteita ovat alan terminologian selkeyttäminen ja jäsenistön sekä lisäksi mainostajikunnan tietämyksen vahvistaminen verkkomainonnasta ja –mediasta. IAB:n viestintää kehitetään jatkuvampaan ja tiedottavampaan suuntaan.

Työryhmä kokoontui vuoden 2010 aikana 3 kertaa ja sen toimintaan osallistui 6 eri yrityksen edustajat.

Työryhmässä käsiteltiin vuoden aikana mm. seuraavia asioita:

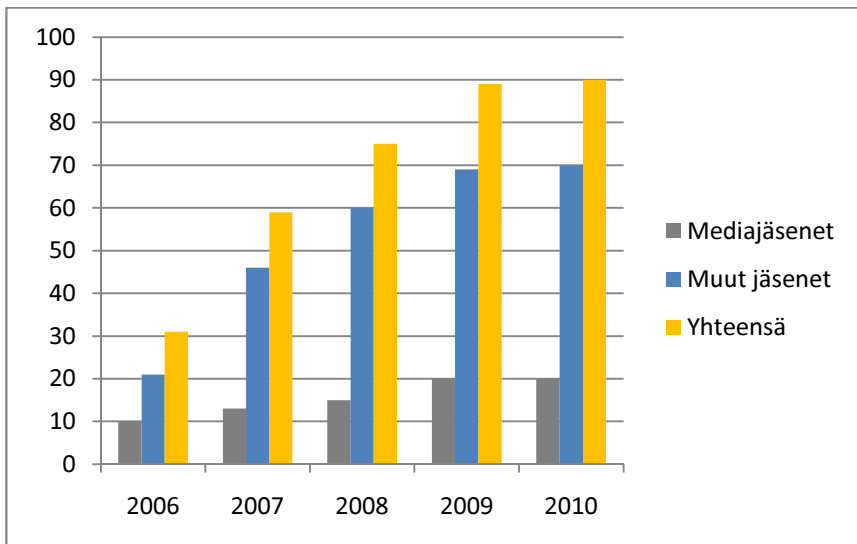
- IAB:n markkinointi ja viestintä
- IAB:n viestintästrategian tarkentaminen
- IAB:n digiseminaarit ja koulutukset

## Jäsentilanne

Toimintasuunnitelmassa määritellyt jäsenhankintatavoitteet ylitettiin.

- Vuoden 2010 aikana IAB Finland sai yhteensä 15 uutta jäsenyritystä
- Vuoden 2010 aikana putsattiin jäsenrekisteriä ja saldoksi jäi +1. Jäsenyrityksiä on yhteensä 90.
- 5 jäsenyritystä irtisanoutui toiminnan uudelleen suuntautumisen tai loppumisen vuoksi. Muista syistä irtisanoutui 9 jäsentä.
- 2010 uudet jäsenet: Kwantic, Qaim, Mainostoimisto SMOY, Opasmedia, Euroword Software, Norstat Finland, RAM Research and Analysis of Media, Tallink Silja, adQ Company, Kuulas, Radio Media ry, Genero, Työmaa, Hakukonemediat, Koulutus.fi/Find Courses.

	2006	2007	2008	2009	2010
Mediajäsenet	10	13	15	20	20
Muut jäsenet	21	46	60	69	70
<b>Yhteensä</b>	<b>31</b>	<b>59</b>	<b>75</b>	<b>89</b>	<b>90</b>

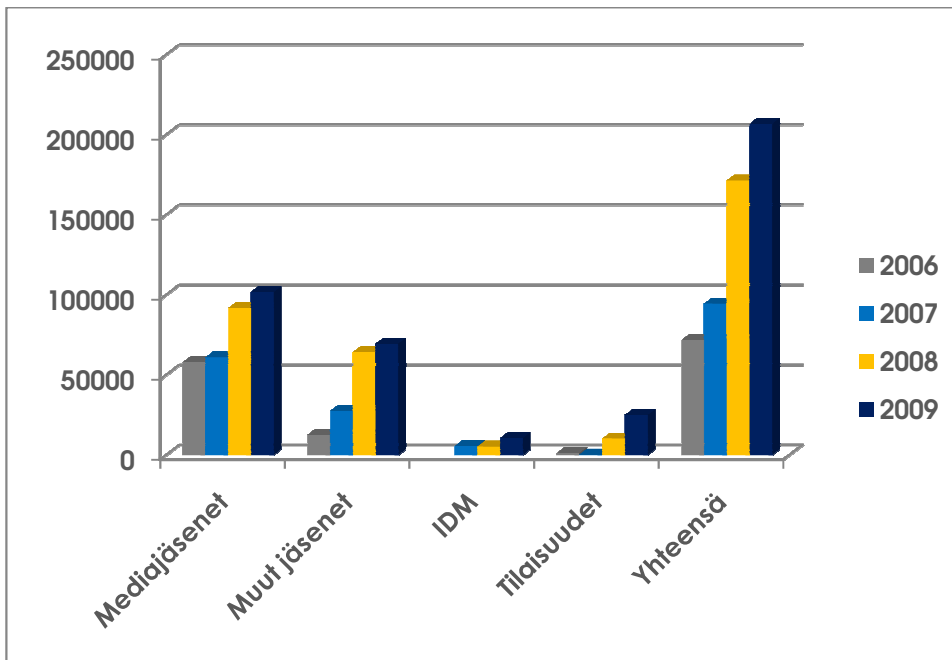


## Tilinpäätös 2010

IAB 2010 tilinpäätös on tarkistettu tilintarkastajilla, jotka olivat Tuomas Avonius ja Matias Vakkilainen. Tilintarkastajat ovat hyväksyneet ja allekirjoittaneet tilintarkastuskertomuksen 18.2.2011.

- Jäsentulot ja muut tulot olivat yht. 188 438 € ja kulut yhteensä 185 503 €
- Tilin saldo 31.12.2010 oli 39 850 €
- Tilikauden voitto oli 2934,94 €
- Talous oli tasapainossa. Erityisiä investointeja ei tehty
- Huomioitavaa on, että koulutus- ja seminaaritoiminta siirrettiin perustetun IAB Oy:n alle maaliskuusta 2010 alkaen.

IAB Finland tulot 2006–2009



	2006	2007	2008	2009	2010*
Mediajäsenet	58 000	61 000	91 750	101 800	
Muut jäsenet	12 600	27 600	64 200	69 450	
IDM		5 651	5 340	10 650	
Tilaisuudet ja muut	1 170	250	10 190	24 995	
<b>Yhteensä</b>	<b>71 770</b>	<b>94 501</b>	<b>171 480</b>	<b>206 895</b>	<b>232 204</b>

\*2010 Ry ja Oy yhteensä 232 204 €

## Sääntömuutokset

- IAB Finlandin hallituksen esitys hallituksen jäsenmäärän lisäämisestä 12 jäseneseen, 8+4  
IAB säännöt §6
- IAB Finlandin hallituksen esitys ohjausryhmän lakkauttamiseksi .  
IAB säännöt §7

## Yhteenveto

- Verkkomainonta ja -markkinointi jatkoivat edelleen kasvuaan. Verkkomainonnan panostukset kasvoivat yhteensä 14,7%, kun alan keskimääräinen kasvu oli 4,8%.
- IAB Oy perustettiin maaliskuussa 2010. Koulutus- ja seminaaritoiminta siirrettiin Oy:n alle.
- Vuoden 2010 aikana järjestettiin yhteensä kolme Digiseminaaria ja lisäksi Grand One huippuseminaari täydentämään Re:Median järjestämää Grand One Gaalaa. Lisäksi järjestettiin kaksi IAB:n koulutustilaisuutta. IDM koulutuksen 4. vuosikurssi aloitti tammikuussa.
- Markkinoinnin ja viestinnän projektiryhmä sekä koulutus ja tapahtuma–projektiryhmä yhdistettiin markkinoinnin ja viestinnän työryhmäksi syksyllä 2010
- Jo aiemmin tehtyjä standardeja päivitettiin alaa paremmin tänä päivänä palveleviksi sekä uusia suosituksia ja alaa kehittäviä oppaita luotiin.
- Verkkomainonnan panostustietojen keräämistä ja raportointia kehitettiin. Dispaly- ja luokitellun verkkomainonnan panostustiedot eriteltiin ja hakumainonnan panostustietojen estimaatti otettiin käyttöön vuoden 2010 kokonaispanostuksia laskettaessa. Erovuoroiset hallituksen jäsenet vapautettiin tehtävästään.
- Tietosuojatyöryhmän merkitys kasvoi tärkeäksi EU:n sähköisen tietosuoja direktiivin uudistustyön myötä. Työryhmä toimii läheisessä yhteistyössä IAB European PA Groupin kanssa.
- IAB Finland toimi Mainonnan Neuvottelukunnassa aktiivisesti ja oli mukana vahvistamassa mainonnan itsesääntelyn merkitystä alalla.
- IAB Finland oli mukana IAB:n kansainvälisessä toiminnassa esim. osallistumalla säännöllisesti jäsenmaiden yhteisten asioiden käsittelyyn IAB:n jäsenmaiden conference call:ssa. IAB Finland oli myös edustettuna IAB European INTERACT-kongressissa Barcelonassa kesäkuussa.
- IAB Finlandin toiminta vuonna 2010 oli vilkasta, hallitus kokoontui 12 kertaa ja käsitteli monta alalle tärkeää asiaa ja ohjeistusta.
- Mediajäsenten johdosta koostuva, IAB: hallitusta ja työryhmiä linjaava Ohjausryhmä kokoontui vuoden aikana kerran. Hallitus päätyi ehdottamaan Ohjausryhmän lakkauttamista vuonna 2011.

## Hallituksen ja tilintarkastajien valinta vuodelle 2011.

### Hallitus 2011

#### Mediajäsenet:

- Alma Media/Iltalehti (Tiina Järvilehto) PJ
- Sanoma News (Anders Stenbäck)
- Microsoft (Jani Savolainen)
- MTV (Henrik Laine)
- Sanoma (Anders Stenbäck)
- Fonecta (Maiju Laurén)
- Talentum Media (Ari Kärpänen)
- Aller Media (Matti Cornér)

#### Muut jäsenet:

- Activeark (Robin Bade)
- Virta (Christopher Fernandez)
- Blue1(Mika Räihä)
- TNS Gallup (Seppo Roponen)

#### Vuoden 2011 tilintarkastajiksi valittiin:

- Matias Vakkilainen, Dagmar
- Tuomas Avonius, Alma Media