

IAB Finland

# Vuosikokous 2008

5.3.2008 Stadian päärakennus



**IAB**  
FINLAND

21.8.2008

## Sisällysluettelo

Esityslista .....	3
Toimintakertomus 2007 .....	4
IAB:n hallitus vuonna 2007 .....	4
Markkinan kehitys .....	5
Työryhmät .....	6
Mainonnan työryhmä .....	6
Hakusanamainonnan työryhmä .....	6
Mittaustyöryhmä .....	7
Tutkimustyöryhmä .....	8
Tapahtumatyöryhmä .....	9
Viestinnän työryhmä .....	10
Tilinpäätös 2007 .....	11
Yhteenveto .....	11
Erovuoroisten hallitusten jäsenten vapauttaminen tehtävästään sekä hallituksen ja tilintarkastajien valinta vuodelle 2008 .....	12
Hallitus 2008 .....	12

## Esityslista

1. Kokouksen avaus
2. Kokouksen puheenjohtajan ja sihteerin valinta
3. Kokouksen laillisuuden ja päätösvaltaisuuden toteaminen
4. Esityslistan hyväksyminen
5. Vuoden 2007 toimintakertomuksen esittely
6. Vuoden 2007 tilinpäätöksen vahvistaminen ja tilintarkastuskertomuksen läpikäyminen sekä vastuuvapauden myöntäminen tilivelvollisille
7. Erovuoroisen hallituksen vapauttaminen tehtävistään sekä vuoden 2008 hallituksen ja tilintarkastajien valinta
8. Työryhmien esittely
9. Vuoden 2008 talousarvion ja toimintasuunnitelman hyväksyminen
10. Vuoden 2008 jäsenmaksujen suuruuden ja maksupäivän määrittäminen
11. Sääntömuutokset
12. Muut esille tulevat asiat
13. Kokouksen päättäminen

## Toimintakertomus 2007

### IAB:n hallitus vuonna 2007

- Mikko Ketola, Microsoft
- Janne Muhonen, Talentum Media
- Johanna Huhtarihi, Sanoma WSOY
- Petri Kokkonen → Tuomo Julmala, Yhtyneet Kuvalehdet
- Ville Sarja, Fonecta
- Pasi Raassina, MTV
- Merja Pyhälä, Alma Media
- Ismo Tenkanen, TNS Gallup
- Mika Räihä, Tjäreborg → Minna Leno, Iittala Group
- Antti Kallio, Aegis Media
- Tuomas Airisto → Mikko Isoniemi, Satama Interactive

Hallituksen puheenjohtajaksi valittiin Mikko Ketola ja varapuheenjohtajaksi Johanna Huhtarihi .

## Markkinan kehitys

Verkkomainonnan määrä kasvoi edelleen voimakkaasti.

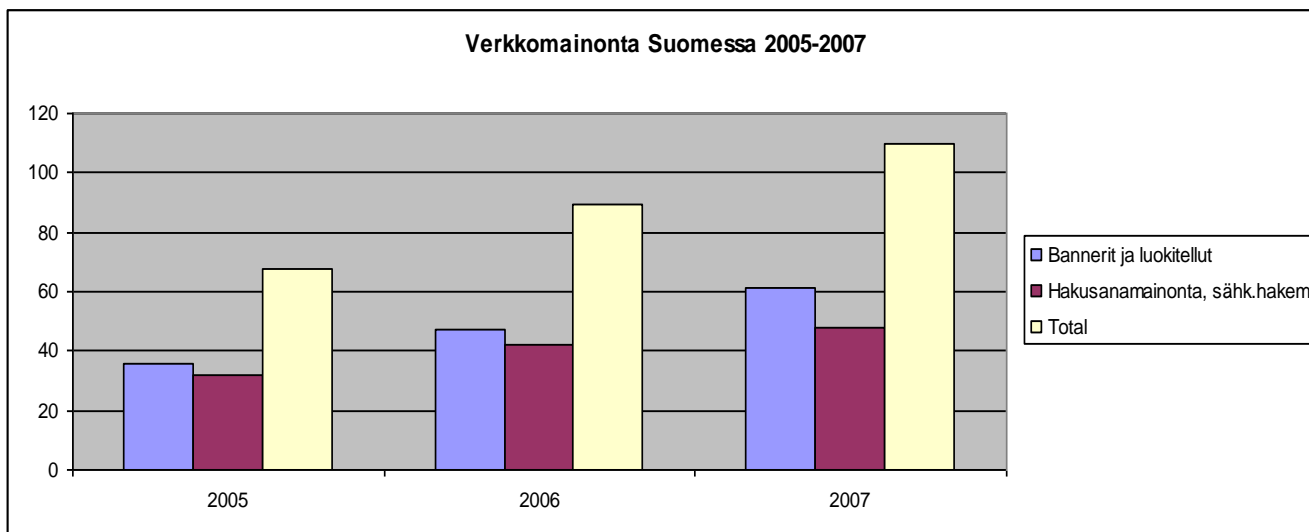
Toukokuussa 2007 IAB Finland julkaisi ensimmäisen kerran keräämänsä tietojen pohjalta verkkomainonnan kokonaismäärän.

Vuoden 2006 kokonaismäärä oli 82,8 miljoonaa euroa. Tästä Gallup Media Intelligencen mittaaman luokitellut ja banneri-mainonnan osuus oli 47,1 miljoonaa euroa ja IAB Finlandin keräämä hakusanamainonnan ja sähköisten hakemistojen osuus oli 35,7 miljoonaa euroa. Verkkomainonnan osuus pienestä mainoskakusta oli noin 6,7 % – kasvua edellisvuoteen oli 22,3 %.

Vuoden 2007 verkkomainonnan kokonaismäärä kerättiin ja samalla menetelmällä ja luku julkaistiin tammikuussa 2008.

2007 verkkomainonnan kokonaismäärä oli 109,5 miljoonaa euroa. Tästä Gallup Media Intelligencen mittaaman luokitellut ja banneri-mainonnan osuus oli 61,4 miljoonaa euroa ja IAB Finlandin keräämä hakusanamainonnan ja sähköisten hakemistojen osuus oli 48,1 miljoonaa euroa. Verkkomainonnan osuus pienestä mainoskakusta oli 8 % – kasvua edellisvuoteen oli 32 %.

Suurimmat yksittäiset syyt interaktiivisen median kasvuun ovat edelleen verkossa vietetyn ajan lisääntyminen, laajakaistan yleistymisen ja mainosmuotojen kehittyminen sekä mainostajien kasvanut usko verkkomainonnan toimivuuteen.



Verkkomainonta milj.€ netto	2005	2006	2007
Bannerit ja luokitellut	35,7	47,1	61,4
Hakusanamainonta, sähkö.hakem	32	42	48,1
Total	67,7	89,1	109,5

2005 TNS Gallup, 2006 and 2007 TNS Gallup and IAB Finland

## Työryhmät

Vuoden 2007 aikana perustettiin yksi uusi työryhmä, Verkkomarkkinoinnin Foorumi.

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

Työryhmät ovat :

- Mainonnan työryhmä
- Hakusanamainonnan työryhmä
- Mittaustyöryhmä
- Tutkimustyöryhmä
- Tapahtuma- ja koulutustyöryhmä
- Viestinnän työryhmä
- Verkkomarkkinoinnin Foorumi

### Mainonnan työryhmä

IAB:n mainonnan työryhmä kokoontui vuoden 2007 aikana 6 kertaa.

Työryhmä on käsitellyt vuoden aikana esim. seuraavia asioita:

1. Videomainonta
2. Mobiilimainonta
3. Uusi mainoskoko; panoraamamainokset

Työryhmän toimintaan on vuoden aikana osallistunut 19 yritystä.

Työryhmän vetäjänä on toiminut Tuomo Julmala Yhtyneiltä Kuvalehdiltä.

### Hakusanamainonnan työryhmä

IAB Finlandin Hakusanamainonnan työryhmä aloitti toimintansa vuonna 2006.

Vuoden 2007 aikana työryhmä kokoontui 7 kertaa. Työryhmän toimintaan on osallistunut yli 20 organisaatiota, joiden joukossa ovat olleet Suomen markkinoilla aktiivisesti toimivat mediat sekä erilaiset asiantuntija- ja palveluorganisaatiot.

Työryhmän vuoden 2007 aikana tarkennettu tavoite on luoda alalla toimiville suosituksia ja standardeja sekä kasvattaa hakusanamainonnan tunnettuutta ja käyttöä Suomessa. Työryhmä keskittyy hakusanamainontaan, mutta käsittelee myös hakukoneoptimointia ja sähköisiä hakemistoja koskevia asioita.

Työryhmän tuottamina suosituksina on julkaistu mm. *Hakukoneoptimoinnin eettinen ohjeisto ja Hakusanamainonnan sanasto*

Työryhmän vetäjänä toimi Erkko Simsiö, Eniro.

## Mittaustyöryhmä

IAB:n mittaustyöryhmä kokoontui vuoden aikana 4 kertaa.

Vakiojäseninä ryhmään olivat kutsuttuna:

- Ismo Tenkanen, TNS Gallup (pj.)
- Mikko Ketola (Microsoft)
- Pasi Raassina (MTV3)
- Kari Roose (Taloustutkimus)
- Janne Muhonen/Toni Olkkonen (Talentum)
- Merja Miettinen/Esa Peltonen (Sanoma Digital)
- Sirpa Jaala (Dagmar)
- Jaana Björklund (Yhtyneet Kuvalehdet/Kynämies)
- Mari Kuisma/Miikka Merikoski (Levikintarkastus)
- Mikko Isoniemi (Satama)
- Merja Pyhälä (Iltalehti/Alma)
- Maaret Valli/Sami Masala (Eniro)
- Pertti Hakala (Omnicom Media Group)

**Työryhmässä käsiteltiin vuoden 2007 aikana mm. seuraavia asioita:**

- Partnerisivustotapausten käsittely kävijämäärälaskennassa: kenen hyväksi liikenne lasketaan, kun käytössä on useamman median partnerisivusto
- Uusien palvelujen mittaaminen: Messenger, Flash, streaming, Ajax jne.
- Tietoturvyhtiöiden cookie-blokkaukset ja sen vaikutus mittauslukuihin
- Kiistanalaisia tapauksia sivustojen look & feel:n osalta

**Keskeiset päätökset ja suositukset vuonna 2007:**

Ehdotettiin ja hallituksessa vahvistettiin seuraavat asiat:

- Loppukäyttäjän yhdellä klikkauksella voidaan laskea liikennetapahtuma vain yhden verkkomedian, ei useampien hyväksi
- Partnerisivuilla, joissa useampi eri verkkomedia on yhteistyössä rakentanut sivun, jonka eri osia tuottavat eri mediat, voidaan liikenne hyväksyä em. uuden täsmennyksen perusteella vain yhden median hyväksi. Em. tapauksissa kyseiset partnerit voivat keskenään sopia, kumman hyväksi liikenne lasketaan yleisömittauksessa, edellyttäen että muut IAB:n kriteerit (domain tai yhtenäinen look & feel sivuston muiden sivujen kanssa) täyttyvät.
- Kaikki uudet palvelut, joista keskusteltiin (Messenger, Flash, Streaming, Ajax) voidaan teknisesti mitata, mutta näiden lukujen mahdollisesta julkistamisesta odotellaan IAB-standardeja/kriteereitä. Messenger otettiin julkaistavaksi erillisenä palveluna, ei osana Msn.fi-portaalia.
- Tietoturvyhtiöiden cookie-blokkaukseen on varauduttu niissä mittausyrityksissä, joissa cookien aikaleima tarkistetaan IAB Finlandin suositusten mukaisesti, ja laskennasta hylätään tarkastelujakson aikana uusitut cookiet. Cookie-blokkaukset alkoivat huhtikuussa 2007 ja oli

suurimmillaan 20-30 % cookeista per sivusto, mutta laimeni loppuvuotta kohti n. 10-15 % välille. 85-90 % palaumaa cookeista pidettiin tyydyttävänä, kun loput 10-15 % voidaan estimoida käyttäjien aiheuttamien sivulatausten kautta (olettamalla, että sivulatausten suhde per eri kävijä on sama kuin hyväksytyjen cookien osalta). Ko. tason säilyessä, tämä ei aiheuta enempää toimenpiteitä.

Mittaustyöryhmän vetäjänä toimi Ismo Tenkanen TNS Gallupista.

## Tutkimustyöryhmä

Työryhmän tarkoitus:

1. Tutkimustyöryhmä valmistaa ja/tai hankkii vapaasti levitettävissä olevaa tutkimustietoa ja case-studeja, jotka kertovat verkkomainonnan (laajasti ymmärrettynä) toimivuudesta ja tehosta (tietoa kokoava rooli).
2. Yhteistyössä IAB:n kanssa järjestää tilaisuuksia ja tiedottaa jäsenille sekä muille sidosryhmille säännöllisesti viimeisimmistä tutkimustuloksista liittyen verkkomainontaan (tiedottava rooli).
3. Edistää verkkomedian ostamisen, myynnin ja mainonnan tehon mittausta luomalla käytäntöjä ja yhteisiä tutkimusstandardeja (kantaottava rooli).

Työryhmä kokoontui kolme kertaa vuoden 2007 aikana ja käsiteltäviä asioita olivat:

- Profiilitutkimusten eroja ja vertailua
- Puhuttiin mahdollisesti tutkimuksen toteutuksesta (T. Pyyhtiä Fonectalta esitteli).
- IAB-sivustouudistus ja sivuston tutkimusosiosta huolehtiminen.
- Käytiin läpi mahdollista yleistä case-study pohjaa, jonka mukaan kampanjoita esiteltäisiin IAB-brändin alla (case studien yhdenmukaistaminen).
- Luotiin ”Verkkomainonnan 10-käsky”, joka tulisi huomioida kun teettää sivustonprofiilitutkimusta. → Luonnosvaiheessa vielä, valmistellaan IAB hallitukselle vuoden 2008aikana.
- SUOSITUKSET

Tutkimustyöryhmän toimintaan osallistuneita:

- Taloustutkimus
- Talentum
- IAB
- Eniro
- Aamulehti
- Iltalehti
- TradeDoubler
- InterQuest
- Alma Media
- Fonecta



- SanomaWSOY
- Yhtyneet kuvalehdet
- MediaEdge CIA

IAB:n tutkimustyöryhmän vetäjänä toimi Ville Österlund InterQuestistä.

### **Tapahtumatyöryhmä**

IAB Finland järjesti kaksi aamiaisseminaaria vuoden 2007 aikana.

#### **Liiketoimintaratkaisut verkossa 12.4.2007**

MTV:n auditorio

Puhujina tilaisuudessa olivat:

- Antero Saren, Itella
- Tuija Hyvärinen, Area
- Anders Stenbäck, Helsingin Sanomat
- Alain Heureux, IAB Europe

Molempiin tilaisuuksiin osallistui 100 - 150 henkilöä.

#### **Toimiva verkkomainonta 4.10.2007**

Sanomatalon auditorio

Puhujina tilaisuudessa olivat:

- Risto Jäntti, Relevant
- Kari Roose, Taloustutkimus
- Ville Österlund, InterQuest

Caset:

- Jani Savolainen, MSN
- Siru Lajunen, MediaCom

IAB:n jäsen InterQuest suoritti tyytyväisyystutkimukset aamiaistilaisuuksien osallistujille. Yleisarvosanaksi tuli 4,6 ja 4,5. Osallistujat toivoivat myös lisää caseja ja kansainvälisiä puhujia IAB:n aamiaistilaisuuksiin.

Tapahtumatyöryhmän vetäjänä toimi Mikko Ketola Microsoftilta.

## Viestinnän työryhmä

IAB Finlandin Viestinnän työryhmä kokoontui neljä kertaa vuoden 2007 aikana.

Työryhmän tärkeimpänä tehtävänä oli IAB:n sivustouudistus. Uusi sivusto avattiin kesällä 2007.

Työryhmän tavoitteena on lisätä IAB:n tiedotustoimintaa esim. lehdistötiedotteiden toimittamisella medioille. Vuoden 2007 aikana lähetettiin kolme lehdistötiedotetta ja lisäksi useita jäsentiedotteita.

IAB:n tiedotteet kasvavasta verkkomainonnan määrästä huomioitiin useassa mediassa ja IAB:n lukuja käytettiin monen artikkelin yhteydessä.

Työryhmän vetäjänä toimi Birgitta Takala.

### Jäsentilanne

Toimintasuunnitelmassa määritellyt jäsenhankintatavoitteet ylitettiin.

Uusina jäseninä aloittivat seuraavat yritykset:

#### *Mediajäsenet:*

1. Yhtyneet Kuvalehdet
2. Vertaa.fi
3. Sulake Dynamoid
4. Futurice

#### *Liitännäisjäsenet:*

1. Ilttala Group
2. Henki-Sampo,
3. Klikkicom
4. MTL
5. Kärkimedi
6. Come and Stay
7. Are
8. Advertising.com
9. Tampereen Teknillinen Yliopisto
10. Good Mood
11. TeliaSonera
12. Kuulas
13. Glitner
14. PaloDex Group
15. Nokia Group
16. Kaleva Travel
17. Reed Business Information
18. Plenware

Mediajäseniä on yhteensä 13 ja liitännäisjäseniä 46. Maksaneiden jäsenten määrä nousi 90%.

## Tilinpäätös 2007

IAB Finlandin 2007 tilinpäätös on tarkistettu tilintarkastajilla, jotka olivat Erkko Simsiö ja Pertti Hakala. Tilintarkastajat ovat hyväksyneet ja allekirjoittaneet tilintarkastuskertomuksen.

Tilikauden alijäämä oli 4246 euroa .

Jäsentuotot ja muut tulot olivat yht. 105 101 euroa ja kulut 109 517 euroa.

Tilin saldo 31.12.2007 oli 23 196 euroa.

Vastuuvapauden myöntäminen tilivelvollisille.

## Yhteenveto

IAB Finlandin toiminta vuonna 2007 oli vilkasta, hallitus kokoontui 9 kertaa ja käsitteli monta alalle tärkeää asiaa ja ohjeistusta. Suositusten ja standardien merkitys lisääntyy, kun medioiden ja toimijoiden määrä kasvaa ja IAB on voimakkaasti mukana kehityksessä.

IAB Finland liittyi Mainonnan Neuvottelukunnan jäseneksi ja on aktiivisesti edustamassa verkkomediaa markkinointiviestinnän määrän (Suuren mainoskakun) uudistustyössä.

IAB Finlandin julkaisemia verkkomainonnan kokonaislukuja referoitiin vuoden mittaan useassa mediassa.

IAB Finland osallistui Markkinointiviestinnän viikko -tapahtumaan lokakuussa.

Hallituksen puheenjohtaja kommentoi ns. Cookie blokkausta Verkossa tv-ohjelman haastattelussa.

IAB Finland oli mukana IAB:n kansainvälisessä toiminnassa esim. osallistumalla IAB:n jäsenmaiden conference calliin, jossa käsitellään jäsenmaiden yhteisiä asioita. Toiminnanjohtaja otti osaa tammikuussa IAB Leaders Council -kokoukseen Lontoossa. IAB Finland oli edustettuna myös IAB European INTERACT-kongressissa Brysselissä kesäkuussa.

IAB European ja EIAA:n vuonna 2007 alkaneisiin yhteistoimintasuunnitelmiin IAB Finland otti positiivisen kannan.

IAB Finland muutti joulukuussa uusiin tiloihin Viestintäjärjestöjen taloon Lönnrotinkadulle.

## **Erovuoroisten hallitusten jäsenten vapauttaminen tehtävästään sekä hallituksen ja tilintarkastajien valinta vuodelle 2008**

### **Hallitus 2008**

#### **Varsinaiset jäsenet eli mediajäsenet:**

- Microsoft, Mikko Ketola
- Talentum, Janne Muhonen
- Sanoma, Johanna Huhtarihi
- MTV, Pasi Raassina
- Alma Media, Tuomas Avonius
- Fonecta, Ville Sarja

#### **Liitännäisjäsenet:**

- Taloustutkimus, Kari Roose
- Iittala Group, Minna Leno
- Dagmar, Matias Vakkilainen
- Nirtro Fx, Pasi Niittymäki

#### **Tilintarkastajat 2008**

Vuoden 2008 tilintarkastajiksi valittiin.

- Petri Kokkonen, Nelonen
- Ismo Tenkanen, Media Contacts Finland