

RATEM

Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliđi

6 MAYIS RADYO GÜNÜ

6 Mayıs 1927 – 6 Mayıs 2013

RADYO YAYINCILIđIMIZ 86 YAđINDA

2013 YILI

**TÜRKİYE RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIđI
SEKTÖR RAPORU**

Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi

6 Mayıs 2013

T.C. BAŞBAKANLIK BASIN - YAYIN ve ENFORMASYON GENEL MÜDÜRLÜđÜ KONFERANS SALONU

ANKARA

TÜRKİYE'DE RADYO VE TELEVİZYON REKLAM YATIRIMLARI (2012)

Prof. Dr. Peyami Çelikcan

2008 Haziran ayından itibaren ortaya çıkan global ekonomik krizin reklam yatırımları üzerindeki olumsuz etkileri halen devam ederken, ülkeler bazında reklam yatırımlarının 2008 öncesi artış hız ve hacmine ulaşması için ekonomik göstergelerin daha güven verici olması gerekiyor.

Reklamcılık yatırımları ekonomik krizlerden en çok etkilenen hassas bir yatırım alanı olma özelliği taşımaktadır. Reklam yatırımlarının artış hızı ve hacmiyle ülke ekonomisi ve global ekonomi arasında doğru orantılı bir ilişki vardır.

2008 global ekonomik krizi reklam yatırımlarında ortalama % 9,2 oranında daralmaya neden olmuştur. Daralmaya neden olan ekonomik koşullar etkisini devam ettirirken, reklam yatırımları ancak % 3,2 oranında yıllık artışlar gösterebilmektedir.

Türkiye'deki reklam yatırımlarının seyri de bu açıdan büyük önem taşımaktadır. Özellikle 2009 yılından itibaren reklam yatırımlarındaki değişim, ülkemizin ekonomik koşullarını gerçekçi bir biçimde değerlendirebilecek bir özellik taşımaktadır.

RADYO-TELEVİZYON REKLAM YATIRIMLARINDAKİ TOPLAM ARTIŞ

2008'deki ekonomik dalgalanma 2009 yılındaki radyo-televizyon reklam yatırımlarına doğrudan yansımış ve toplam yatırım bir önceki yıla göre % 17,45 oranında gerilemiştir. Ancak global krizin Türkiye ekonomisine yansımaları beklenildiği kadar derin olmayınca 2010 yılından itibaren reklam yatırım oranları dikkat çeken bir artış ivmesi kazanmıştır.

2010 yılında % 15,72 oranında artış gösteren reklam yatırımları 2011 yılında %30,43 oranına yükselerek önemli bir sıçrama gerçekleştirmiş, 2012 yılında ise % 28.07 oranındaki artış ile istikrarlı bir artış eğilimi içine girmiştir. 2012 RTÜK verilerine göre 2012 yılı radyo ve televizyon reklam yatırımlarının toplamı 2,518,435,295 TL düzeyine çıkmıştır.

Global reklam yatırım artış oranlarının ortalama %3.7 oranında gerçekleştiği dikkate alındığında Türkiye’de 2010-2013 yılların arasındaki ortalama artış hızının %24,74 oranında gerçekleşmesinin oldukça olumlu bir gelişme olduğunun altını çizmek gerekir.

RADYO REKLAM YATIRIMLARI

RTÜK Başkanlığının 2012 verilerinin daha önceki yıllarla karşılaştırılması yapıldığında aşağıdaki eğilimler tespit edilmiştir:

1. Radyo reklam yatırımları yıllar itibariyle artış eğilimi içindedir.
2. Bu artış eğilimi son üç yıldır (2010-2012) yıllık ortalama %25 oranında bir istikrar kazanmıştır.
3. Global radyo reklam yatırımları 2011 yılında % 2.9 oranında artış göstermiştir. Radyo reklam yatırımlarının artış hızı, global artış hızının çok üzerinde gerçekleşmektedir.
4. Radyo reklam yatırımlarının toplam hacmi 144,536,400.10 TL’na ulaşmıştır.
5. Türkiye’de radyo reklam yatırımlarının artış oranı global artış oranından yüksek olmakla birlikte, yatırım hacmi diğer ülkelerle karşılaştırıldığında oldukça düşük kalmaktadır.
6. Radyo reklam yatırımları lisans türü bazında incelendiğinde, toplam yatırımın %70’inin ulusal radyo kanallarına; geri kalan % 30’luk dilimin ise %17’sinin yerel, %13’ünün bölgesel radyo kanallarına yapıldığı tespit edilmiştir.
7. Yerel radyoların bölgesel radyolardan daha yüksek reklam geliri elde etme eğilimi içinde olması nedeniyle, reklam yatırımının giderek ulusal ve yerel radyo kanalları arasında paylaşılacağı söylenebilir. Mevcut veriler reklamveren açısından ulusal radyoların öncelik taşıdığını ve ardından yerel radyoların tercih edildiğini göstermektedir.
8. Radyo reklam yatırımları dışında sponsorluk yatırımları verileri incelendiğinde 2011 yılından 2012 yılına kadar gerçekleşen sponsorluk yatırımları % 9.78 oranında bir artış göstermekle birlikte, topla hacim olarak bakıldığında

sponsorluk yatırımlarının radyo açısından henüz önemli bir gelir kaynağı oluşturmadığı söylenebilir.

9. Toplam sponsorluk yatırımlarının 2011 yılındaki hacmi 15,179,848 TL, 2012 yılındaki hacmi ise 16,665,892 TL olarak gerçekleşmiştir.

TELEVİZYON REKLAM YATIRIMLARI

RTÜK Başkanlığı'nın 2012 yılı reklam yatırım verileri incelendiğinde televizyon reklam yatırımlarının toplam hacminin 2,373,898,895 TL'na ulaştığı görülmektedir. Dünyada 2008 yılından itibaren düşme eğilimi içindeki reklam yatırımlarının, Türkiye örneğinde artış eğilimini devam ettirmesi ülkemiz ekonomik koşullarının güven verici bulunduğunu göstermektedir.

1. Televizyon reklam yatırımlarındaki değişim 2009 öncesi dönemde dalgalı bir seyir izlemiş ve 2009 yılında %10,48 oranında bir gerileme ile sonuçlanmıştır. Global krizin yarattığı tedirginlikten kaynaklanan bu gerileme, 2010 yılında %43,23'lük yüksek bir artış ile telafi edilmiştir.

2. 2011 ve 2012 verileri incelendiğinde, TV reklam yatırımlarında toplam 189,551,522.90 TL düzeyinde bir artış gerçekleştiği tespit edilmiştir. 2012 yılında gerçekleşen % 8,68'lik artışın global krizin etkileri dikkate alındığında önemli olduğunun altını çizmek gerekir.

3. Televizyon reklam yatırımları lisans türü bazında incelendiğinde, ulusal televizyon kanallarının %85'e ulaşan bir ağırlıkta reklam yatırımlarından pay aldığı görülmektedir.

4. Radyo verilerinden farklı olarak, televizyon reklam yatırımları içinde yerel, bölgesel kanalların payı %1 düzeyinde gerçekleşmiştir.

5. Televizyon reklam yatırımları içinde uydu lisanslı kanalların payının arttığı tespit edilmiştir. 2011 yılında %7 olan uydu televizyon payı, 2012 yılında %14'e yükselmiştir. Uydu televizyon lisansı olan kanalların bir kısmının yerel ve bölgesel kanallar olduğu dikkate alınır, yerel ve bölgesel televizyonların ancak uyduda varolmaları durumunda reklam geliri elde edebildikleri söylenebilir.

6. Televizyon lisans türleri arasında yer alan kablo televizyon kanallarının ve platform kanallarının da reklam yatırımlarından aldığı pay azalmış görülmekle

birlikte bu kanalların giderek uydu lisansı kapsamına dahil olmaları nedeniyle sınırlı da olsa reklam gelirleri devam etmektedir.

7. Kablo ve platform kanalları 2011 yılında %5'lik bir reklam payına sahipken 2012 yılında bu oran sıfırlanmış ve uydu kapsamına dahil olmuştur.

8. Televizyon reklam yatırımları çoğunlukla (% 85) ulusal kanallar ve giderek artma eğilimi göstren (% 14) uydu kanalları arasında paylaşılmaktadır.

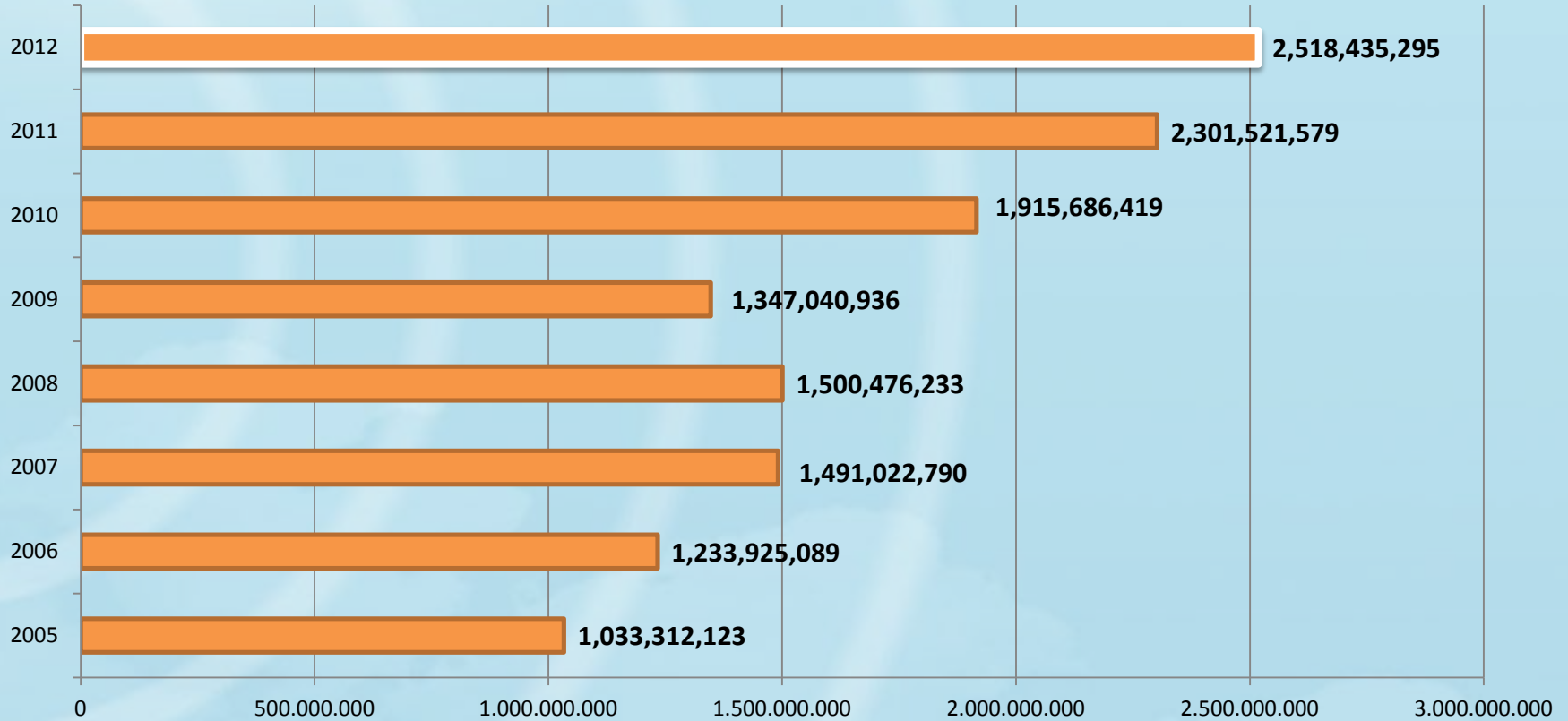
9. Televizyon sponsorluk yatırımları da 2011 yılında itibaren ayrı bir gelir kaynağı olarak dikkat çekmektedir. 2011 yılındaki toplam sponsorluk yatırımı 143,505,230 TL olarak gerçekleşmiştir. Bu toplam 2012 yılında gerileyerek 130,995,405 TL düzeyine düşmüştür.

10. Sponsorluk yatırımlarından ulusal televizyon kanallarının aldığı pay 2011'de %83 iken, 2012'de %77'ye gerilemiştir.

11. Ulusal televizyonların sponsorluk yatırımlarından aldığı pay düşerken uydu kanallarının payı %7'den 16'ya yükselmiştir.

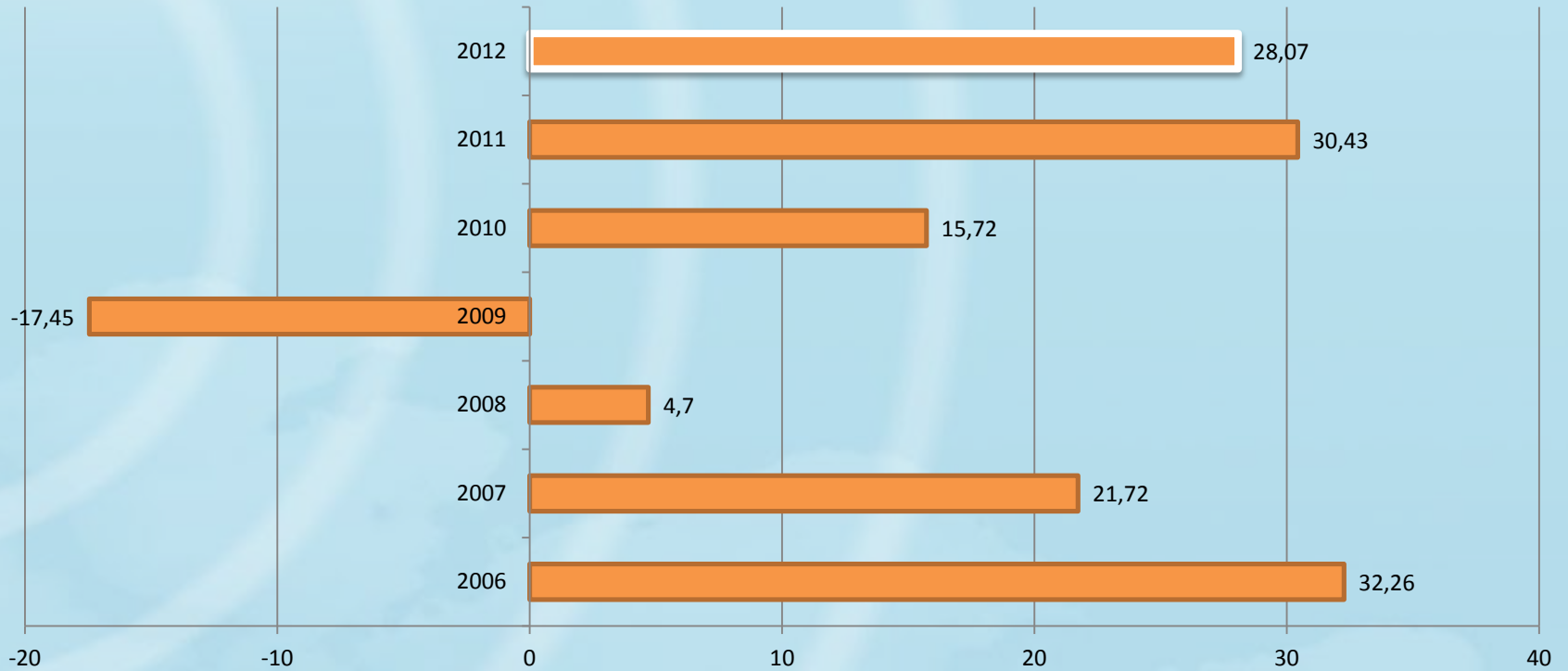
RADYO VE TELEVİZYON REKLAM YATIRIMLARI

RADYO VE TELEVİZYON REKLAM YATIRIMLARI



RADYO VE TELEVİZYON REKLAM YATIRIMLARI

ARTIŞ ORANI %



RADYO REKLAM YATIRIMLARI

RADYO REKLAM YATIRIMLARI

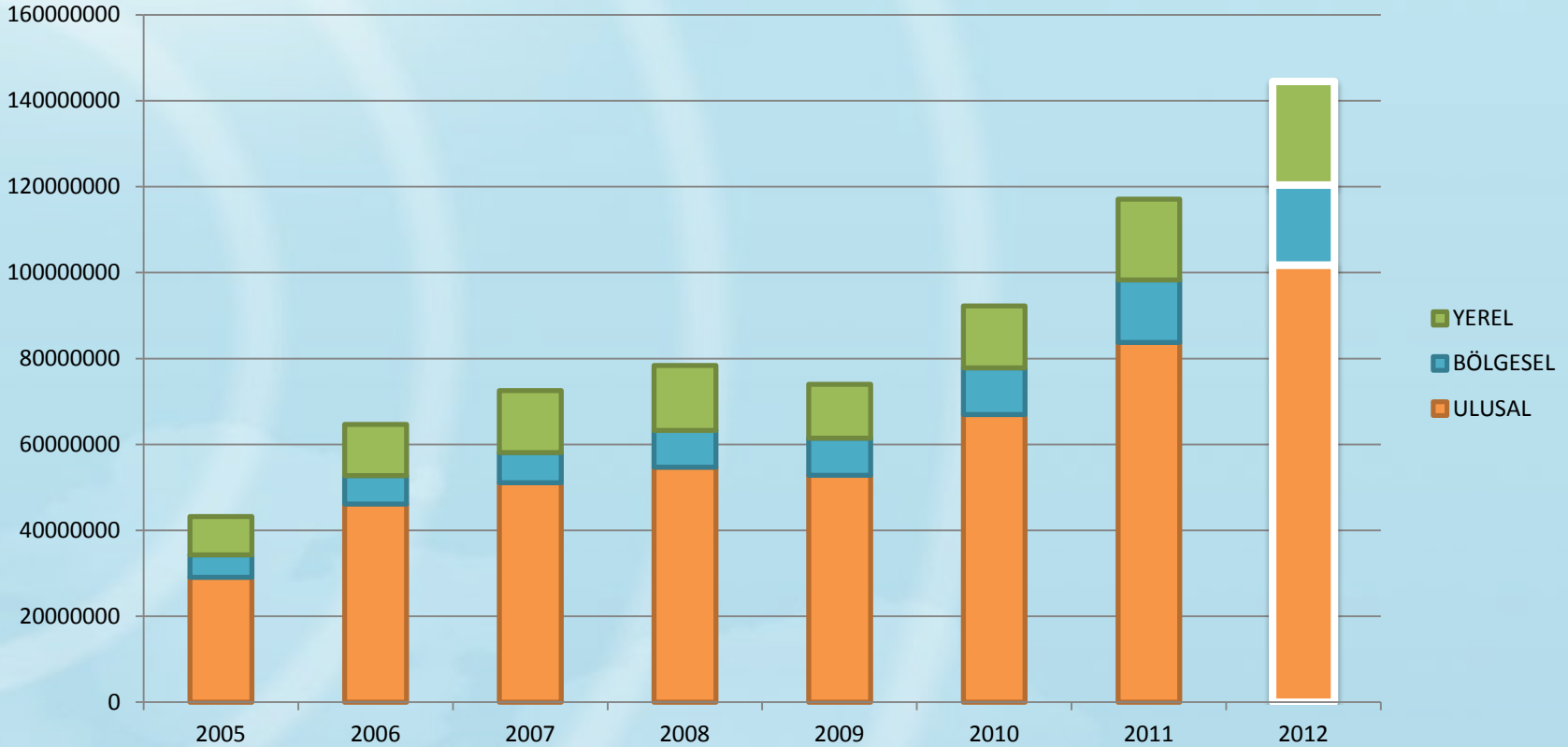
RADYO LİSANS TÜRLERİ	YILLARA GÖRE RADYO REKLAM YATIRIMLARI							
	2005 TOPLAM RADYO REKLAM (milyon TL)	2006 TOPLAM RADYO REKLAM (milyon TL)	2007 TOPLAM RADYO REKLAM (milyon TL)	2008 TOPLAM RADYO REKLAM (milyon TL)	2009 TOPLAM RADYO REKLAM (milyon TL)	2010 TOPLAM RADYO REKLAM (milyon TL)	2011 TOPLAM RADYO REKLAM (milyon TL)	2012 TOPLAM RADYO REKLAM (milyon TL)
ULUSAL	29.090.782,60	46.139.092,80	51.082.363,40	54.688.957,00	52.808.183,00	66.955.665,60	83.784.322,40	101.762.247,06
BÖLGESEL	5.184.009,80	6.635.769,60	7.032.792,80	8.583.597,60	8.687.683,80	10.882.986,40	14.542.594,90	18.635.934,75
YEREL	8.974.464,60	11.869.560,00	14.447.973,20	15.126.644,40	12.487.478,20	14.444.049,20	18.814.959,75	24.111.782,69
KABLO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6.119,80	32.330,61	26.435,60
TOPLAM TL	43.249.257,00	64.644.422,40	72.563.129,40	78.399.199,00	73.983.345,00	92.288.821,00	117.174.207,18	144.536.400,10

27,362,192.92 TL

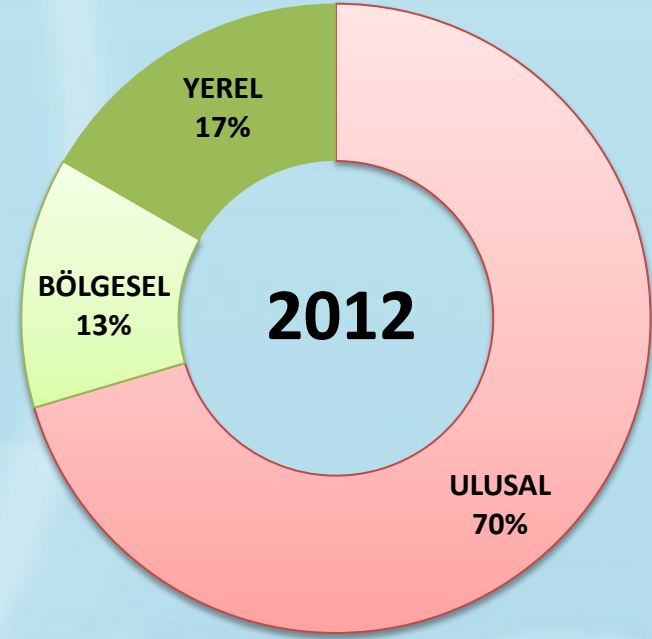
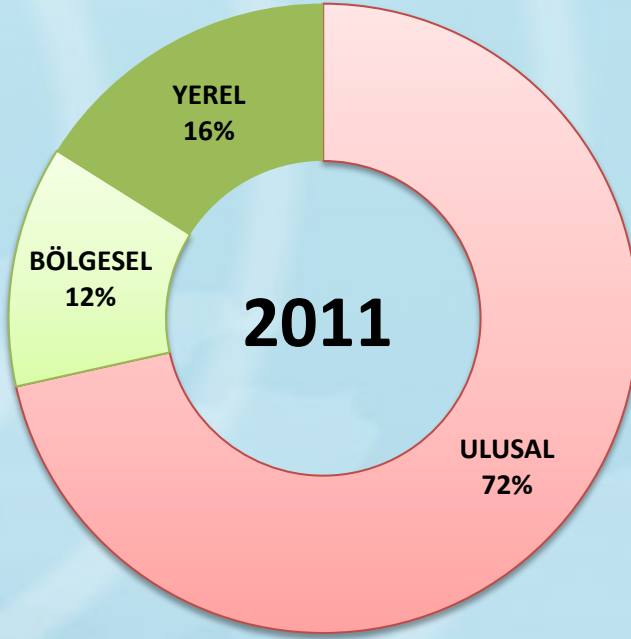
TOPLAM RADYO REKLAM YATIRIMLARI



RADYO LİSANS TÜRLERİ BAZINDA REKLAM YATIRIMLARI



**RADYO LİSANS TÜRLERİ BAZINDA
REKLAM YATIRIMLARI 2011-2012**



TELEVİZYON REKLAM YATIRIMLARI

**TELEVİZYON REKLAM
YATIRIMLARI 2005-2012**

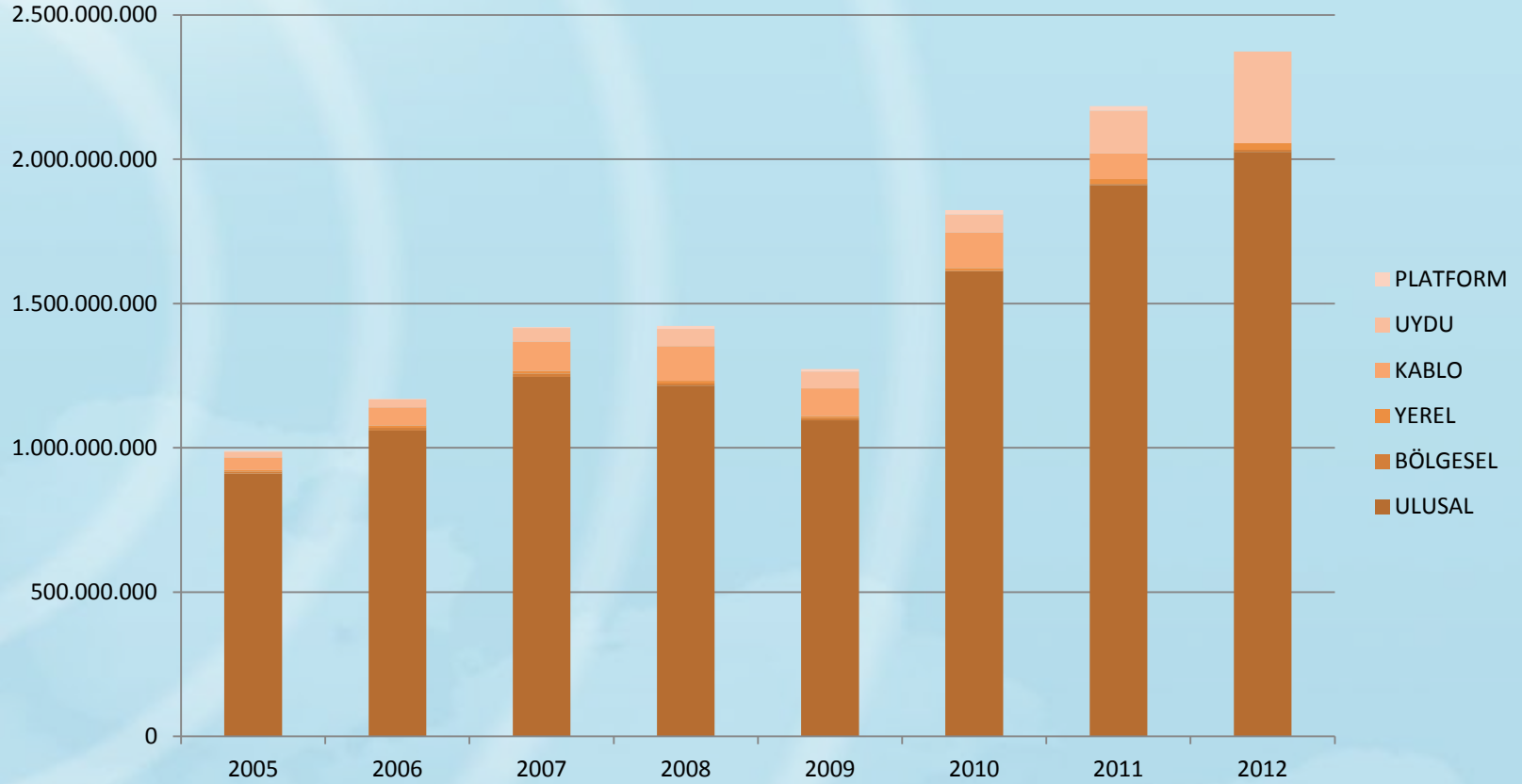
TV LİSANS TÜRLERİ	YILLARA GÖRE TELEVİZYON REKLAM YATIRIMLARI							2012 TOPLAM TV REKLAM (milyon TL)
	2005 TOPLAM TV REKLAM (milyon TL)	2006 TOPLAM TV REKLAM (milyon TL)	2007 TOPLAM TV REKLAM (milyon TL)	2008 TOPLAM TV REKLAM (milyon TL)	2009 TOPLAM TV REKLAM (milyon TL)	2010 TOPLAM TV REKLAM (milyon TL)	2011 TOPLAM TV REKLAM (milyon TL)	
ULUSAL	910.603.831	1.059.496.501	1.245.853.215	1.215.135.969	1.095.224.755	1.611.662.152	1.910.634.614.75	2,025,439,765.55
BÖLGESEL	6.509.433	9.840.688	10.963.036	8.028.680	7.158.020	2.367.888	4,041,935.62	7,024,902.04
YEREL	5.689.474	8.243.989	9.453.193	9.053.152	7.680.985	8.735.533	16,993,601.75	22,993,862.62
KABLO	43.555.690	62.225.709	101.817.194	119.773.004	96.424.360	123.833.543	88,999,395.90	821,658.97
UYDU	20.599.029	27.186.495	47.258.129	60.340.660	57.746.185	62.495.664	148,271,759.97	317,618,705.92
PLATFORM	3.105.410	2.287.284	3.114.893	9.745.569	8.823.287	14.302.819	15,406,064.19	-
TOPLAM	990.062.866	1.169.280.667	1.418.459.661	1.422.077.034	1.273.057.591	1.823.397.598	2,184,347,372.18	2,373,898,895.10

189,551,522.90 TL

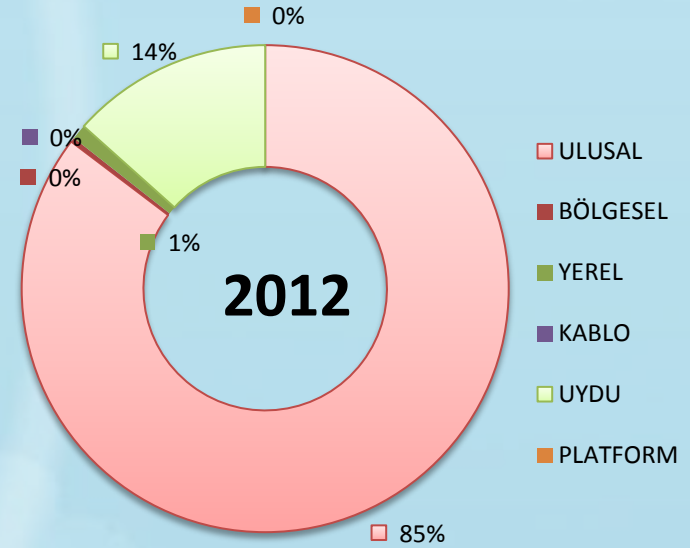
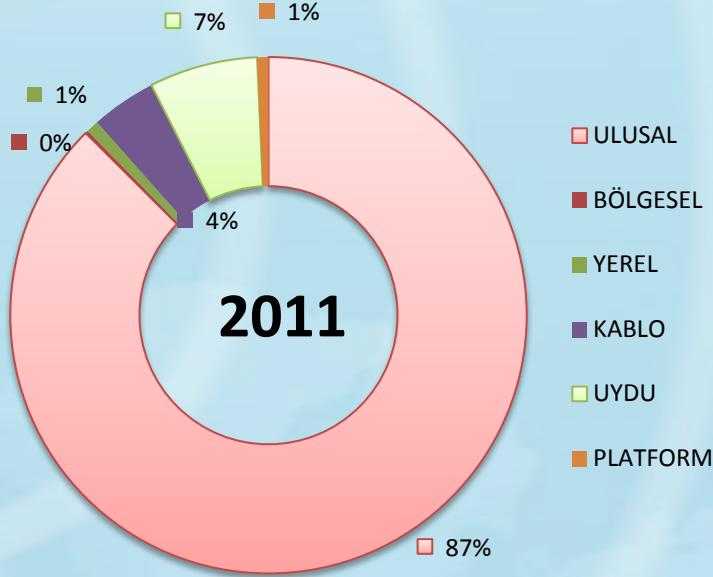
TELEVİZYON REKLAM YATIRIMLARI 2005-2012



TELEVİZYON LİSANS TÜRLERİ BAZINDA REKLAM YATIRIMLARI



**TELEVİZYON LİSANS TÜRLERİ BAZINDA
REKLAM YATIRIMLARI 2011-2012**

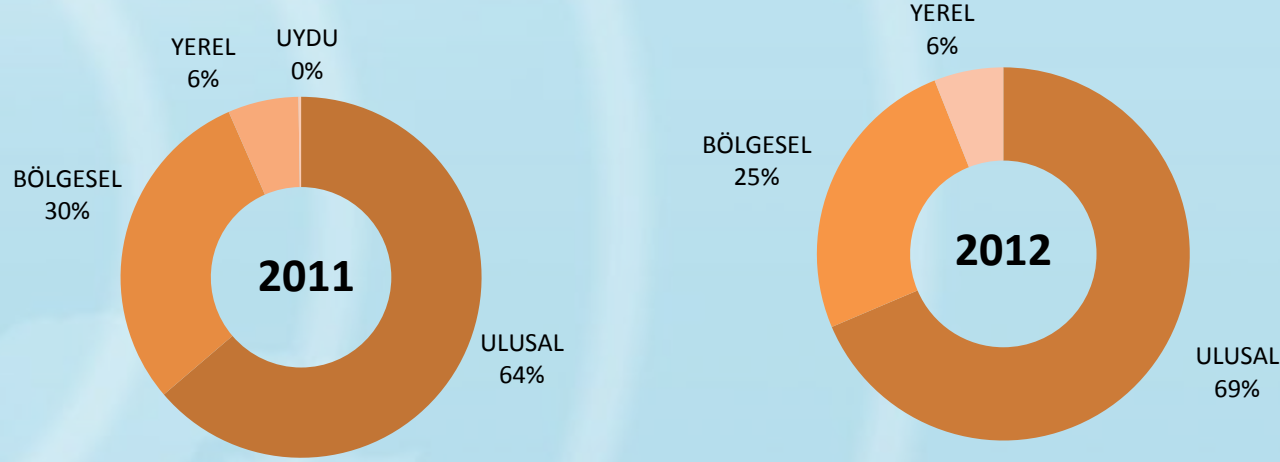


RADYO SPONSORLUK YATIRIMLARI

**RADYO LİSANS TÜRLERİ BAZINDA
SPONSORLUK GELİRLERİ**

LİSANS TÜRLERİ	2011	2012
ULUSAL	9,676,705.92	11,431,405.12
BÖLGESEL	4,506,573.11	4,234,119.12
YEREL	961.452,15	1,000,367.54
UYDU	35,117	
TOPLAM	15,179,848.18	16,665,892.10

RADYO LİSANS TÜRLERİ BAZINDA SPONSORLUK GELİRLERİ

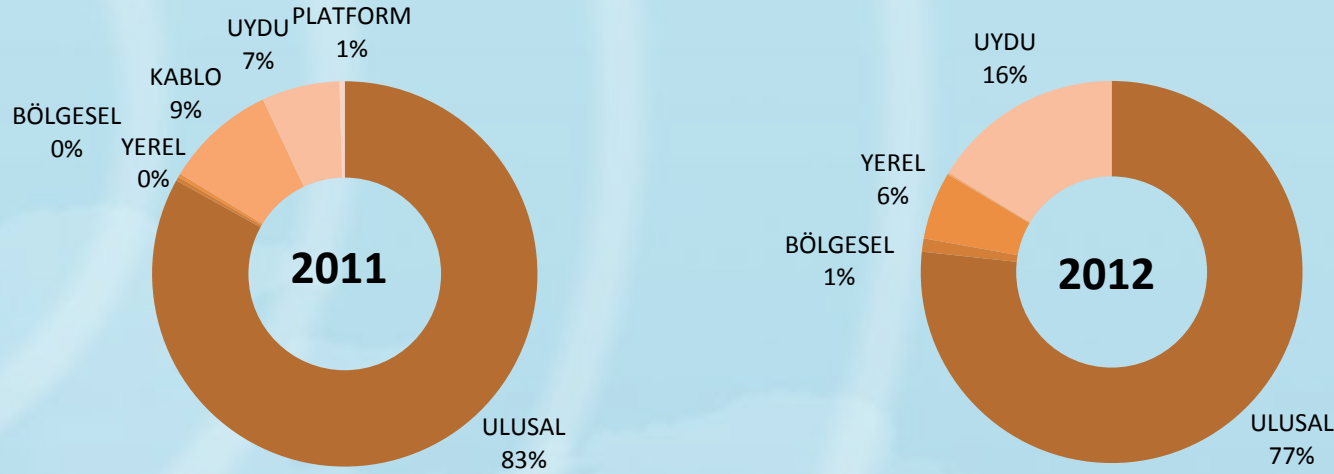


TELEVİZYON SPONSORLUK YATIRIMLARI

**TELEVİZYON LİSANS TÜRLERİ BAZINDA
SPONSORLUK GELİRLERİ**

LİSANS TÜRLERİ	2011	2012
ULUSAL	119,003,667,2	100,471,508
BÖLGESEL	475,108,05	1,471,336,66
YEREL	434,841,4	7514,628,93
KABLO	13,358,370,33	188,828
UYDU	9,365,129,52	21,349,103,32
PLATFORM	641,113,31	
TOPLAM	143,505,229,8	130,995,405

TELEVİZYON LİSANS TÜRLERİ BAZINDA SPONSORLUK GELİRLERİ



Teşekkürler...

Yorum ve katkılarınız için:
peyamichelikan@gmail.com