

Gençler İnternette Ne Tüketiyor?



Hazırladığımız raporun hem gençlerin dijital alışkanlıklarını anlaşılmasında, hem de medya ve pazarlama profesyonellerinin strateji oluşturmalarında yardımcı olacağını umuyoruz.



Gençlerin Dijital Tüketim Alışkanlıkları

19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı'nı kutladığımız bu haftada Gemius'un farklı ürünlerinden elde ettiğimiz verilerle 15-24 yaş arası genç kullanıcıların dijital içerik ve reklam tüketim alışkanlıklarına daha yakından bakalım istedik. Kendilerinden önce gelen jenerasyondan farklı olarak internet ve akıllı cihazlara doğdukları andan itibaren erişimleri olan bu kuşak, farklılaşan tüketim alışkanlıklarından dolayı hem içerik üreten medya şirketlerinin, hem de onlara ulaşmaya çalışan markaların stratejik takibindeler.

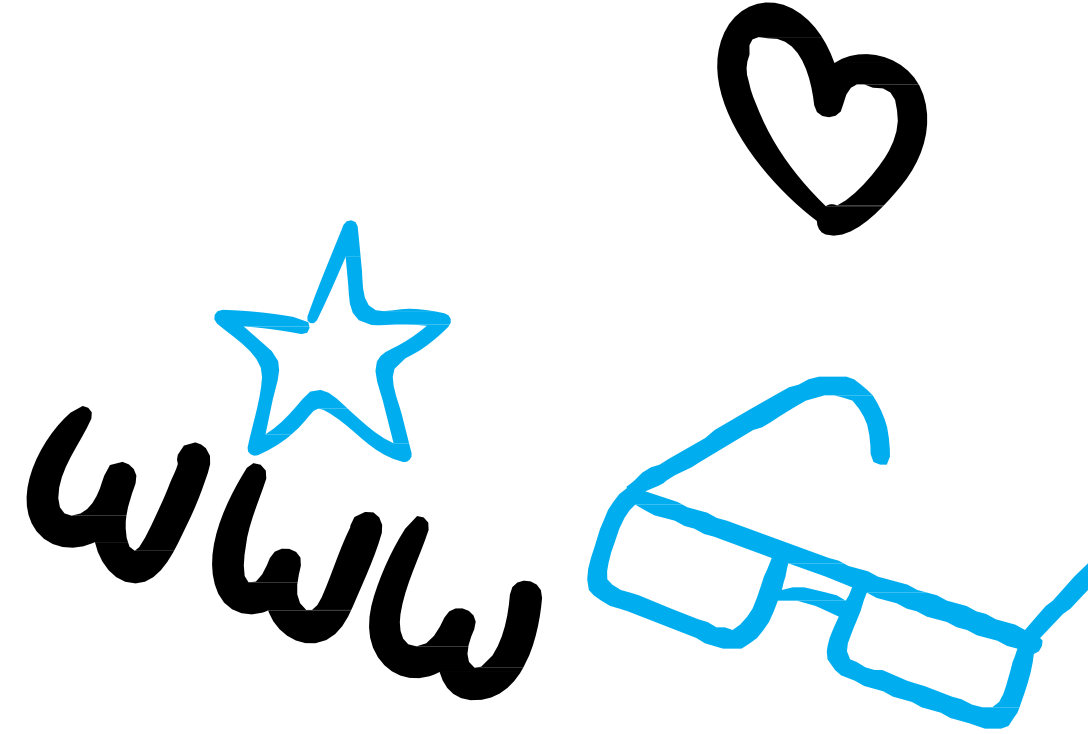


Gençlerin Dijital İçerik Tüketim Alışkanlıkları

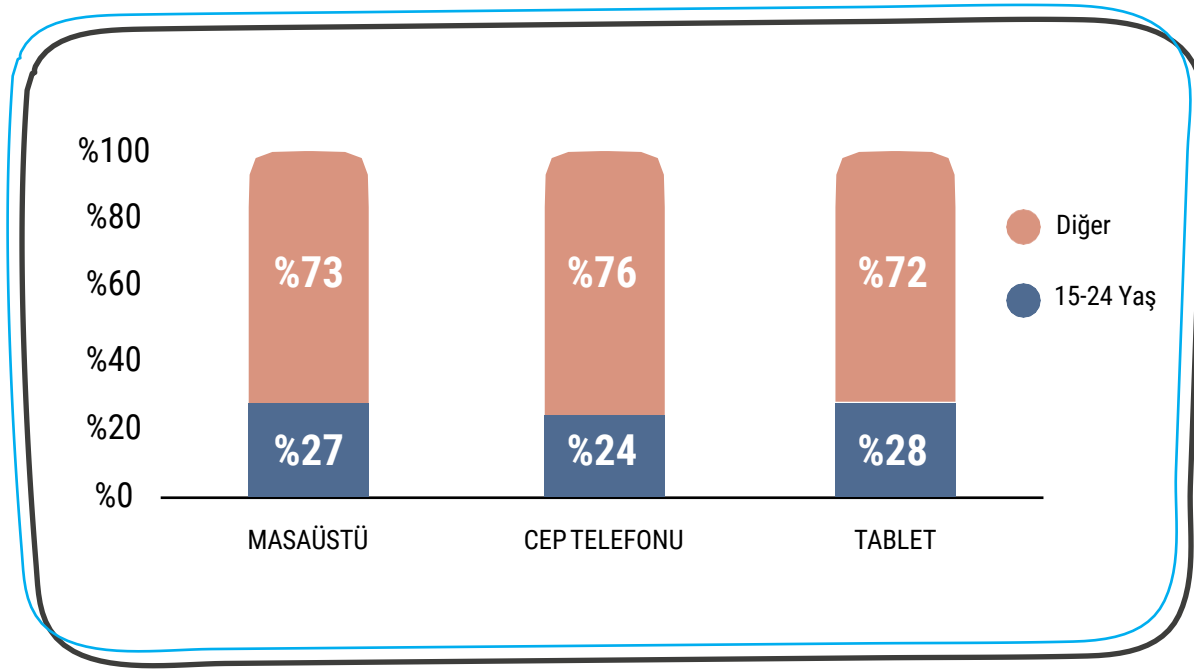
İncelediğimiz yaş grubu her ne kadar mobil dünyanın içinde büyümüş olsalar da masaüstü bilgisayarlardan internete erişen kişiler arasında en büyük kullanıcı kitlesini oluşturmaları ile dikkat çekiyor. Kullanıcıların aylık ortalama kullanımları ile günlük internet erişimleri kıyaslandığında ise tercih edilen cihazlar açısından farklılıklar olduğu gözlemleniyor.

Mart ayındaki aylık erişimleri incelendiğinde masaüstü bilgisayarlardan internete erişen kullanıcı sayısı 8,2 milyonken akıllı telefonlarından internete erişen genç internet kullanıcı sayısının 10,2 milyon olduğunu görüyoruz.

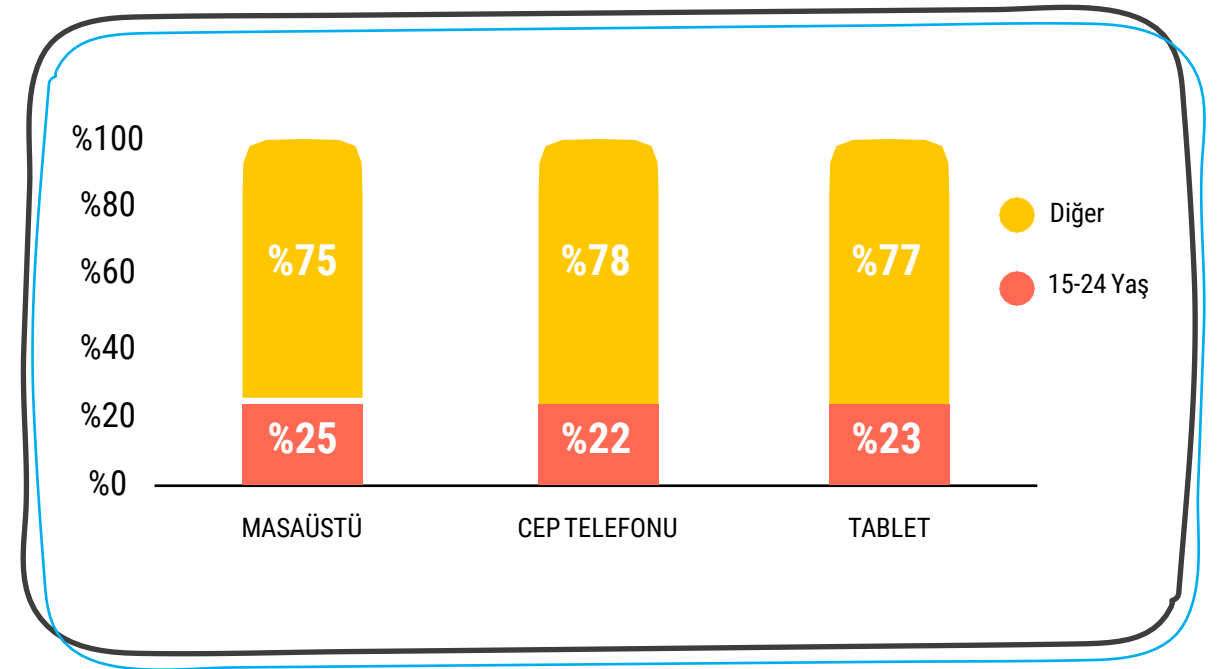
Günlük internet erişimlerini incelediğimizde ise genç internet kullanıcılarının günlük kullanımda masaüstü bilgisayarlardan internet erişimlerinin akıllı telefonlarına kıyasla daha yüksek olduğu göze çarpıyor. Masaüstü bilgisayarlardan internete erişen genç kitle 4,4 milyon iken, Cep Telefonlarından internete erişen 2,7 milyon genç bulunuyor.



15-24 Yaş Genç İnternet Kullanıcıları Platform Tercihleri (**AYLIK**)



15-24 Yaş Genç İnternet Kullanıcıları Platform Tercihleri (**GÜNLÜK**)



Kaynak: IAB Türkiye İnternet Ölçümler Araştırması, Mart 2018

Yaş gruplarına göre internet kullanıcılarını incelediğimizde 15-24 yaş aralığındaki genç internet kullanıcıları tüm platformlarda en yoğun grup olarak öne çıkıyor. İnternetin bel kemiği olan bu kalabalık kullanıcı grubu hangi içerikleri tüketiyor, gelin daha yakından inceleyelim.



Genç internet kullanıcılarının en fazla tükettikleri içerik kategorilerine baktığımızda Arama motorları, video / TV, sosyal Ağlar, haber ve kamusal içerikli sayfa kategorilerin öne çıktığı görülüyor. Öte yandan söz konusu internet kullanıcılarının en fazla vakit geçirdiği içerik kategorilerini incelediğimizde ise sıralamanın değiştiğini görüyoruz.

Kısa formatlı videoları izlemeyi tercih etmeleri sosyal ağlar kategorisinde geçirilen sürenin daha uzun çıkmasına neden olurken, gençlerin haber içerikli siteleri de ziyaret ettikleri ancak bu sitelerde daha az vakit geçirdikleri göze çarpıyor.

Kategoriler	Gerçek Kullanıcı (000)
Arama Motorları - Rehberler	8.129
Video/TV	7.552
Sosyal Ağlar	6.625
Haber	5.265
Kamu	4.861

Kaynak: IAB Türkiye İnternet Ölçümleme
Araştırması, yalnızca PC verisi, Mart 2018

Kategoriler	Kişi Başına Düşen Süre
Sosyal Ağlar	8.129
Video/TV	7.552
İlan	6.625
Kamu	5.265

Kaynak: IAB Türkiye İnternet Ölçümleme
Araştırması, yalnızca PC verisi, Mart 2018

Gençlerin hem en fazla ziyaret ettikleri ,hem de uzun süre vakit geçirdikleri kategorilerden birisi olan Video / TV kategorisini daha yakından incelediğimizde masaüstü platformlardan internete erişen genç kullanıcıların ilk tercihi YouTube olurken masaüstü ve mobil cihazlar dahil toplam genç kullanıcı erişimi en fazla olan ikinci site ise 1.7 milyon gerçek kullanıcıyla Puhutv.com oluyor.

Puhutv.com'un başarısındaki en önemli faktörün dijitalin dinamiklerine uygun özel içerikler üretilmesi olduğunu söylemek mümkün. Öte yandan YouTube'un gençler arasındaki cazibesinin de büyük ölçüde müzik içeriklerine bağlı olması dikkat çekiyor.

YouTube kanallarının erişim ve sosyo-demografik verilerini inceleyebilmemize imkan sağlayan Gemius Content Ranking ürünümüzden aldığımız veriler göre gençlerin YouTube'da ağırlıklı olarak müzik kanallarını ziyaret ettiklerini söylemek mümkün.

Video / TV Kategorisi	Gerçek Kullanıcı (000)
youtube.com	7.090
puhutv.com	1.683
atv.com.tr	1.595
startv.com.tr	1.448
showtv.com.tr	1.113

Kaynak: IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması, Mart 2018, Toplam Platform (YouTube yalnızca PC), 15-24 Yaş

15-24 Yaş İnternet Kullanıcıların En Yoğun Bulunduğu YouTube Kanalı	Gerçek Kullanıcı (000)	15-24 Yaş Affinity Index
Tonguc Akademi	975	7.090
Onur Can Özcan	804	1.683
No.1	970	1.595
Gazapizm35	1.976	1.448
Kral Müzik	1.006	1.113

Kaynak: IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması, Content Rank Raporu, Mart 2018, PC Platformu

Kamu kategorisinin gençler arasında popüler olmasının sebebi osym.gov.tr ve meb.gov.tr gibi eğitim süreçleriyle ilgili ihtiyaçları için sıkça başvurdukları sitelerin bu kategoride yer almasından kaynaklanıyor. Çoğunluğu öğrenci olan bu yaş grubunun eğitim ve kariyer içeriklerini nasıl tükettiklerini analiz ettik.

Video / TV Kategorisi	15-24 Yaş Payı	Gerçek Kullanıcı (000)
meb.gov.tr	%33	1.610
osym.gov.tr	%34	1.012
kariyer.net	%28	569
iskur.gov.tr	%29	275

Kaynak: IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması, Mart 2018,
PC Platformu, 15-24 Yaş

Gençler bir taraftan öğrenim hayatlarının getirdiği yükümlülükleri yerine getirirken, bir yandan da gelecek planları yapabilmek üzere kariyer ağırlıklı içeriklere ilgi duyuyorlar. Bu sebeple kariyer sitelerinde en yaygın bulunan yaş grubunu 15-24 arası gençler oluşturuyor.

Genç internet kullanıcıların, haber içerikli ihtiyaçları için ilk tercihleri hurriyet.com.tr olurken gündelik hayata ilişkin aradıkları içerikler için kizlarsoruyor.com'u tercih ediyorlar.

Haber Kategorisi	Gerçek Kullanıcı (000)
hurriyet.com.tr	5.869
haberturk.com	4.942
sabah.com.tr	4.570
sozcu.com.tr	4.092
mynet.com	3.905

Kaynak: IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması, Mart 2018,
Toplam Platform, 15-24 Yaş

Yaşam Kategorisi	Gerçek Kullanıcı (000)
kizlarsoruyor.com	4.666
kadinlarkulubu.com	1.679
yasemin.com	418
hurriyetaile.com	305
yuksektopuklar.com	237

Kaynak: IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması, Mart 2018,
Toplam Platform, 15-24 Yaş

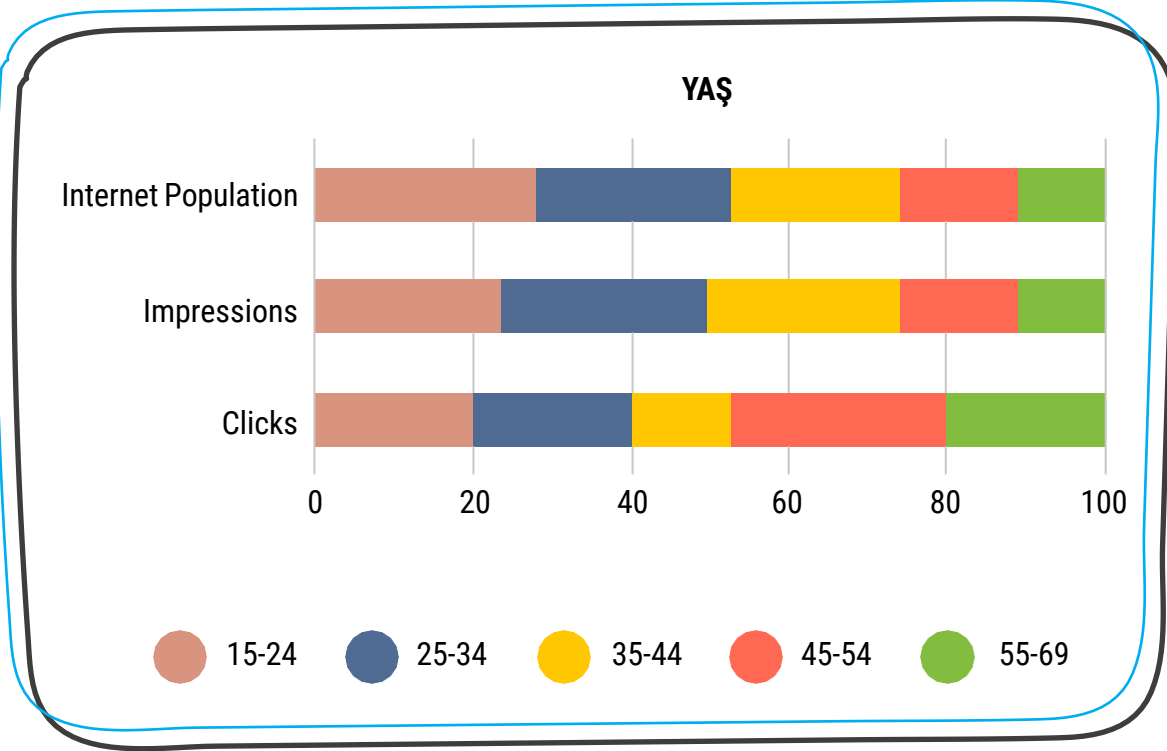
Türkiye'deki genç İnternet kullanıcı profilini özetlemek gerekirse; dijital müzik içerikleri tüketmeyi seven, en fazla sosyal ağlarda vakit geçiren, haber sitelerini de sıklıkla ziyaret eden ve bunun için ilk önceliği hurriyet.com.tr olan, eğitimle ilgili ihtiyaçları için meb.gov.tr ve osym.gov.tr'yi sıklıkla kullanan, öte yandan kariyer planları da yapmayı ihmal etmeyen ve kariyer içerikli siteleri takip eden, günlük hayat ilişkin sorularına kizlansoruyor.com'da yanıt arayan bir sosyo-demografik gruptan bahsediyoruz.



Gençlerin Dijital Reklam Tüketim Alışkanlıkları

Yazımızın ikinci bölümünde gençlerin dijital reklam tüketimlerine odaklanacağız. Analiz için rakip rekabet ürünümüz Adreal ve reklam sunucumuz Adocean gde'den gelen gerçek verilerle hazırladığımız Gemius Admonitor raporumuza dayanmaktadır.

Verilerimize göre Türkiye'de reklamların %23'ü genç hedef kitleye erişiyor ve toplam reklam tıklamaların %20'sini 15-24 yaş arası hedef kitle gerçekleştiriyor. Bu veri bize gençlerin, 35-44 yaş arası gruptan sonra reklam tıklamasını en az tercih eden demografik grup olduğunu gösteriyor. En yoğun dijital kullanıcı kitlesi olan gençlerin toplam reklam gösterim tüketimi ve tıklama oranlarında en tepede yer almadıklarını görüyoruz.



*Gemius Admonitor 2.Yarıyıl Raporu, reklam tüketim alışkanlık verileri

Impressions	
55-69	%11
45-54	%16
35-44	%24
25-34	%26
15-24	%23

Clicks	
55-69	%19
45-54	%28
35-44	%12
25-34	%21
15-24	%20

* Gemius Admonitor 2.Yarıyıl Raporu, reklam gösterimi ve reklam tıklamalarındaki yaş dağılımları

Mart 2018 Adreal verilerine gençler ve endüstrilerin dijital reklam hedeflemesi açısından baktığımızda endüstri özelinde genç kullanıcı erişimine en çok odaklanan ilk beş sırasıyla içecek endüstrisi, kişisel bakım ve hijyen, ev hijyen/bakım ürünleri, yiyecek ve eğlence endüstrileri. İçecek endüstrisinde yayınların neredeyse yarısı genç kitle odaklı yapılıyor. Kişisel bakım ve temizlik endüstrisinde ise %35'lik azımsanamayacak bir reklam gösteriminin odağında gençler yer alıyor.

Marka odaklı bir inceleme yaptığımızda ise 15-24 yaş arasına en fazla erişen ilk 5 markanın Google, Çiçek Sepeti, Unilever, DSM yani Trendyol ve oyun şirketi Pearl Abyss olduğunu görmekteyiz. Tabloda dikkat çeken noktalardan bir tanesi Türkiye toplam erişim ilk 10 sıralamasında yer almayan Pearl Abyss Corp markasının, %33'lük genç hedefleme ile 15-24 yaş aralığında en fazla erişim alan markalar arasında 5. Sırada kendisine yer bulmasıdır.

TOP 5 Gençleri Hedefleyen Endüstri

Beverages and alcohol	%43
Personal care and hygiene	%35
Household products	%33
Food	%29
Leisure time	%28

*Adreal Mart 2018 verisi

Gençleri En Fazla Hedefleyen Marka Grupları

GOOGLE INC.
ÇİÇEK SEPETİ İNTERNET HİZMETLERİ A.Ş
UNILEVER SANAYİ VE TİCARET TÜRK A.Ş.
DSM GRUP DANIŞMANLIK İLETİŞİM VE SATIŞ TİCARET A.Ş
PEARL ABYSS CORP

*Adreak Mart 2017 verisi

Yayıncı bazında incelediğimizde ise gençlerin medya tüketim alışkanlıklarının reklam erişimine direkt etkisi olduğunu gözlemliyoruz. Bu yaş grubuna en yüksek oranda erişen websitesi sıralamasında liderlik Youtube'a ait. Youtube'un Mart 2018'de gösterdiği reklam ile kullanıcıların %29'unu 15-24 yaş aralığındaki kullanıcılar oluşturuyor.

Markalar Gençlere En Çok Hangi Sitelerde Ulaşıyor

Website	Real User
youtube.com	6.744.623
google.com	5.363.914
facebook.com	3.227.972
hurriyet.com.tr	2.118.458
onedio.com	2.021.206
sahibinden.com	1.979.714
eksisozluk.com Other	1.669.715
sozcu.com.tr	1.611.753
n11.com	1.574.812
puhutv.com	1.499.881

**Adreal Mart 2018 verilerine göre 15-24 yaş aralığında en fazla gerçek kullanıcıya erişen site sıralaması*

