

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2006-2-173 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 07-34/347-127
Karar Tarihi : 24.4.2007

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Mustafa PARLAK
Üyeler : Tuncay SONGÖR, Rıfki ÜNAL, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN.

B. RAPORTÖRLER : Barış EKDİ, Bayram Ali GEÇGİL, Ümit Nevruz ÖZDEMİR

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : Feza Gazetecilik A.Ş.
Fevzi Çakmak Mahallesi 34194, Yenibosna/İstanbul

20

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN TARAFLAR:

- ABC Türkiye Tiraj Denetleme Kurulu
İstiklal Cad. No:407 Kat 4 Beyoğlu/İstanbul
- Reklamcılar Derneği
İstiklal Cad. No:407 Kat 4 Beyoğlu/İstanbul
- Reklamverenler Derneği
Ali Nihat Tarlan Cad. Karaman Sok. Hoffman İş Merkezi
No: 2/15 K:7 34744 Bostancı/İstanbul
- Doğan Dağıtım Satış ve Paz. A.Ş.
Doğan Medya Tesisleri Hoşdere Yolu Esenyurt/İstanbul
- Merkez Dağıtım Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Sabah 2000 Tesisleri Fatih Mah. Hasan Basri Cad.
Samandıra/İstanbul
- T Medya Yatırım ve Sanayi Tic. A.Ş.
Davutpaşa Cad. No: 20/98 Topkapı/İstanbul
- Bağımsız Gazeteciler Yayıncılık A.Ş.
Büyükdere Cad. No: 123 34349 Gayrettepe/İstanbul

30

E. DOSYA KONUSU: ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu'nun aldığı kararlar ve gerçekleştirdiği eylemlerle 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiği iddiası.

40

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Şikâyetçinin dilekçesinde özetle;

- ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu (ABC Türkiye) tarafından Zaman Gazetesi'nin yönetim kurulu üyeliğine son verildiği, kuruluş sözleşmesine uygun denetim yapılmadığı, yayıncıların denetim şirketine her türlü belge ve bilgiyi vermesinin zorunlu kılındığı,

- 50
- Bu işlem ve eylemlerin ulusal süreli yayınlar tiraj ölçüm pazarı ve ulusal süreli reklâm yeri pazarında doğrudan ve dolaylı olarak, rekabeti sınırlama amacı taşıdığı, bu etkiyi doğurabilecek şekilde Zaman Gazetesi'nin faaliyetlerini zorlaştırdığı ve bu nedenle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiği,
 - Ulusal süreli yayınlar tiraj ölçüm pazarında faaliyet gösteren tek teşebbüs olarak hakim durumda bulunan ABC Türkiye'nin abonelik sistemi ile çalışan gazetelerin tirajlarının ölçmemesinin veya bu ölçümü imkansız kılmasının tüketicinin zararına olarak, teknik gelişme ve pazarlamanın kısıtlanmasına yol açtığı (abonelik sistemi açısından bir tehdit oluşturduğu),
 - Denetim firmasına ödenen yüksek meblağlar nedeniyle büyük gruplara bağlı olmayan gazete ve dergilerin tiraj denetimi sitemine dahil olmadıkları,
 - Daha önce Rekabet Kurulu tarafından menfi tespit belgesi verilen "ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu Sözleşmesi"nin koşullarında verilen menfi tespit belgesinin geri alınmasına neden olacak değişiklikler yapıldığı,
- 60

iddia edilmektedir.

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 26.12.2006 tarih ve 8864 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 9.2.2007 tarih ve 2006-2-173/ İİ-07-B.E. sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulu'nun 15.2.2007 tarih ve 07-14 sayılı toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde bir soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 22.3.2007 tarih ve 2006-2-173/Ö.A.-07-B.E. sayılı Önaraştırma Raporu, 27.3.2007 tarih, REK.0.06.00.00-110/110 sayılı Başkanlık önergesi ile 07-29, 07-30, 07-31 sayılı Kurul toplantılarında incelemeye alınmış, 07-34 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

70

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: Söz konusu önaraştırma raporunda;

- Zaman Gazetesi'nin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırıldığı hususunda, denetim standartlarının sıklıkla değişmesi ve Zaman Gazetesi'nden yeni şeylerin talep edilmesinin ardında yatan nedenin Zaman Gazetesi'ne ilişkin ön yargılı algılama veya güven eksikliği olduğu; ABC Türkiye'nin Zaman'ı bu oluşumun dışına iterek rekabeti kısıtlamaya yönelik kasıtlı bir faaliyet içinde olduğuna dair her hangi bir delile rastlanmamış olmakla birlikte, yapılan uygulamaların Zaman Gazetesi'nin veya sisteme dahil olan ve abonelik sistemiyle satış yapan başka bir yayıncının süreli yayınlar reklam yeri piyasasındaki faaliyetlerini zorlaştıracı etki doğurabilecek nitelikte olduğu; ABC Türkiye'nin faaliyete geçmesinden bu yana kısa bir süre geçmiş olması, ABC ölçütlerinin ve denetiminin henüz bir endüstri standardı haline gelmemiş olması nedeniyle, Zaman Gazetesi'nin faaliyetlerini zorlaştırdığına dair bir bulguya da rastlanmadığı; bu nedenlerden dolayı bu aşamada ABC Türkiye hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığı;
- 80

Ancak, ABC'nin Türkiye ilgili pazarında toplam tirajın %70'ini denetliyor olması ve sektörde belirleyici rol üstlenme yönündeki çalışmaları da dikkate alındığında, abonelik sistemi ile çalışan gazeteleri dışlama ihtimali olan uygulamaların etkilerinin yakın bir zaman diliminde ortaya çıkabilecek nitelikte olması nedeniyle, ABC'nin denetim standartlarını katılımcı bir şekilde belirlemesi, objektif, kapsamlı, karşılaştırılabilir ve istikrarlı bir hale getirmesi için

90

4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca ABC Yönetimine 90 (doksan) günlük süre tanınması gerektiği;

- ABC Türkiye'nin öngördüğü denetim bedelinin yüksekliğinin küçük teşebbüsleri dışlama amacından kaynaklanmadığı, iki büyük medya kuruluşunun aynı zamanda dağıtım şirketlerine sahip olmasından kaynaklandığı ve belirli bir tirajın altında kalan gazeteler için daha düşük bir bedel talep edilmesi hususunda çalışmalar yaptıkları dikkate alındığında, bu aşamada konuya ilişkin soruşturma açılmasına gerek olmadığına,

Ancak 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca ABC Türkiye'ye; Rekabet Kurulu kararının kendilerine tebliğinden itibaren 90 (doksan) gün içinde Denetim standartlarında gerekli değişiklikleri yapması ve üye olan yayıncıların birden fazla denetim şirketi ile çalışmasına ve denetim bedelinin rekabetçi bir düzeyde belirlenerek aşağı çekilmesine olanak sağlayacak bir akreditasyon sistemi oluşturması gerektiğinin bildirilmesi gerektiği,

- Menfi tespit kararının verildiği günden bu tarafa ABC Türkiye Kuruluş Sözleşmesi'nde ve Denetim Standartları'nda yapılan değişiklikler, ABC'nin mevcut yapısının ve uygulamalarının Rekabet Kurulu'nun ABC oluşumuna menfi tespit belgesi vermesi aşamasında ısrarla vurguladığı çoğulculuk, şeffaflık ve objektiflik ilkelerinin gereklerini karşılamaktan uzak olduğu ve şu anki yapısı ile iki büyük medya kuruluşu dışındaki medya kuruluşlarının katılımını sağlamada yetersiz kaldığı, sürekli değişen denetim standartları nedeniyle belirli bir piyasa gücüne sahip olmayan kuruluşlarının denetim dışı kalma ve dolayısıyla olası reklam gelirlerinden mahrum kalma riskinin bulunduğu ve bu durumun yayıncılık piyasasındaki rekabeti kısıtlayacağı dikkate alındığında, Rekabet Kurulu tarafından ABC Türkiye Kuruluş Sözleşmesi'ne verilmiş olan menfi tespit belgesinin, 4054 sayılı Kanun'un 13.maddesinin (a) bendi gereğince 01.05.2005 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere geri alınması gerektiği,

Ancak, 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesinin son fıkrası uyarınca taraflara herhangi bir cezai müeyyide uygulanmasına mahal olmadığı,

- Diğer yandan, tirajların doğru ve objektif bir şekilde ölçümünün gerek gazete ve dergiler gerekse reklam verenler açısından önemli ve gerekli olduğu dikkate alındığında;

ABC Türkiye'nin bu raporun değerlendirmeler kısmında belirtilen önerileri dikkate alacak şekilde; (a) Medya kuruluşlarının ABC Türkiye yönetiminde tiraj vb. kıstaslara bağlı olmaksızın eşit bir şekilde temsiliyi sağlayacak, (b) yönetime ilişkin ilkelerin, kararların ve görüşlerin oluşturulması ve değerlendirilmesine ilişkin kayıt standartları ve kuralları oluşturularak bunlara bağlı kalınmasını sağlayacak, (c) katılımçılık konusundaki olası tereddütleri giderecek, (d) bölgesel yayınların denetimine olanak verecek bir maliyet yapısının ortaya koyacak, birden fazla denetim firması ile çalışılmasına olanak sağlayacak, (e) denetim standartlarının kapsamlı ve istikrarlı bir şekilde belirleyerek abonelik sistemi ile çalışan gazeteler açısından ayrımcılık yaratmayacak şekilde uygulayabilecek (f) denetim standartları ve üyeliklerini okuyuculara bedelsiz olarak sunulan ve sadece reklâm gelirlerine bağlı olarak varlığını sürdüren gazeteleri de kapsayacak şekilde oluşturan bir yapılanmaya gittiği ve bunu 90 (doksan) gün içinde Rekabet Kurulu'na tevsik ettiği takdirde yeni yapılanmanın 4054 sayılı Kanun çerçevesinde yeniden değerlendirilebileceği;

- Yukarıda sayılan hususları karşılayacak ve tereddütleri giderecek düzenlemelerin belirtilen süre içinde yapılarak Rekabet Kurulu'na bildirilmemesi durumunda ise;

Rekabet Kurulu Kararı'na ilişkin tebligatı aldıkları tarihten itibaren başlamak üzere, ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu'na ve ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu'nun yönetiminde üyesi bulunan teşebbüslere Kanun'un 13. maddesinin (c) bendi uyarınca süreli para cezası uygulanacağını;

150 Ayrıca, ABC Türkiye'nin faaliyetlerinin durdurularak, ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu ve ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu'nun yönetiminde üyesi bulunan teşebbüsler hakkında soruşturma açılacağını Kanun'un 9.maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca ABC Türkiye'ye ve ilgili teşebbüslere bildirilmesi

sonuçlarına ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE TESPİTLER

I.1. İlgili Pazar

I.1.1. İki Taraflı Pazarlar

160 "İki taraflı pazarlar", bir ya da birden çok platformun son kullanıcılar arasında etkileşimi sağladığı ve iki (ya da daha çok) tarafa da uygun ücretler yüklenerek bu tarafların bir araya getirildiği pazarlar olarak tanımlanabilir. Yani platformlar bir yandan iki tarafı da memnun etmeye çalışırken öte yandan para kazanmaya (en azından kaybetmemeye) çalışmaktadır.

İki taraflı pazarlara bilgisayar oyunları platformları, internet siteleri, TV ağları, kredi kartları ve gazeteler örnek olarak verilebilir. Bu pazarlarda (özellikle internet siteleri, TV ağları ve gazeteler) platformlar hem reklâmverenler için hem de tüketiciler için rekabet etmektedirler. Örneğin gazeteler bir yandan okuyucu sayısını artırmaya çalışırken öte yandan reklâmverenleri gazetelerine reklâm vermeye ikna etmek zorundadır. Doğal olarak, platformun bir tarafı için yapılan rekabet diğer taraf için de başarı ya da başarısızlığı beraberinde getirecektir. Dolayısıyla, eylemin gerçekleştiği 170 pazardan ve etkilenen başka bir pazarın varlığından söz edilebilir.

I.1.2. İlgili Ürün Pazarı

Rekabet Kurulu'nun "*Gazete ve dergiler başta olmak üzere reklam mecrası niteliğindeki süreli yayınların tiraj rakamlarını tek çatı altında ve tarafsız biçimde denetleyerek oluşturmak, bu konuda karşılaştırılabilir onaylı belgeler hazırlamak amacıyla oluşturulan ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu'na ilişkin menfi tespit talebi*"ni değerlendirdiği 05-14-160-57 sayılı kararında, gazete ve dergiler başta olmak üzere reklam mecrası niteliğindeki tüm süreli yayınların yayıncıları, dağıtıcıları ve basımını gerçekleştiren kuruluşları da içine alan bir pazar tanımına değinilmiştir. Ayrıca, reklamları aracılığı ile hedef kitlelerine maksimum düzeyde ulaşabilmek için reklâmverenlerin, hedef kitleye en uygun yayınlar içerisinden öncelikle tiraj rakamlarını dikkate alarak yaptıkları maliyet analizi çerçevesinde yayın tercihlerini oluşturdukları ve süreli yayınların tiraj bilgilerinin doğruluğunun, reklâmveren teşebbüslerin planlamaları açısından önem arz ettiği belirtilmiştir.

Rekabet Kurulu'nun anılan kararında, etkilenen pazar olarak "ulusal süreli yayın reklam yeri piyasası olarak" dikkate alınmış ve ilgili ürün pazarı birbiri ile etkileşim içerisinde bulunan, "*Ulusal süreli yayınlar tiraj ölçüm pazarı*" ve "*Ulusal süreli yayın reklam yeri pazarı*" olmak üzere iki ayrı hizmet pazarı şekilde belirlenmiş olmakla birlikte; yayıncılık ve reklam piyasalarının yerel/bölgesel özellikler gösterebileceği,

yerel/bölgesel yayınların tirajlarının ölçülmesinin veya ölçülmemesinin hem bu yayınlar arasında hem de ulusal yayınlar ile yerel/bölgesel yayınları etkileyeceği dikkate alınarak, bu dosya açısından ilgili ürün pazarları “*sürelî yayınlar ölçüm pazarı*” ve “*sürelî yayın reklam yeri pazarı*” olarak belirlenmiştir.

I.1.3. İlgili Coğrafi Pazar

İlgili ürün pazarlarındaki rekabet koşulları açısından farklılık gösteren bölgeler bulunmamasından dolayı coğrafi pazar “*Türkiye Cumhuriyeti sınırları*” olarak belirlenmiştir.

I.2. Dosyaya Konu Olan İhlal İddialarına Dair İnceleme ve Tespitler

I.2.1. ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu’nun Yapısı ve İşleyişi

I.2.1.1. ABC Türkiye’nin Yapısı ve İşleyişine İlişkin Tespitler

180 Reklamcılar Derneği adına dernek yönetim kurulu başkanı Jefii MEDİNA tarafından, Kurum kayıtlarına 30.9.2004 tarih ve 5427 sayı ile giren başvuru ile menfi tespit talebinde bulunulmuş, Kurul 11.3.2005 tarih 05–14/160–57 sayılı kararı ile ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu Sözleşmesine, 4054 sayılı Kanun’un 8 inci maddesi gereğince menfi tespit belgesi verilmesini uygun görmüştür.

Menfi tespit belgesi verilen ABC Türkiye Kuruluş sözleşmesinin 6. maddesinin (a) bendine göre ABC’nin Yönetim Kurulu yapısı şu şekilde oluşturulmuştur:

190 *“Yönetim Kurulu toplam 15 üyeden oluşur. Yönetim Kurulu’nda Reklamcılar Derneğinden 3, Reklamverenler Derneği’nden 3, Doğan Dağıtımdan 1, Merkez Dağıtımdan 1, Hürriyet Gazetesini temsilen yayıncısı şirket tarafından atanacak 1 üye, Sabah Gazetesini temsilen yayıncısı şirket tarafından atanacak 1 üye, Atlas Dergisini temsilen yayıncısı şirket tarafından atanacak 1 üye, Yeni Aktüel Dergisini temsilen yayıncısı şirket tarafından atanacak 1 üye, üye yayınlar arasından yıllık ortalama tirajı en yüksek 2 gazete grubunu temsilen yayıncı şirketleri tarafından ayrı ayrı atanacak 2 üye üye yayınlar arasından yıllık ortalama tirajı en yüksek 1 dergi grubunu temsilen yayıncısı şirket tarafından atanacak 1 üye bulunur. En yüksek tirajlı 2 gazete ve 1 dergi grubunun, Doğan Grubu veya Merkez Grubu yayın gruplarından birine dâhil olmaması ve kurucu veya sahiplerinin Merkez Grubu ve Doğan Grubu şirketlerinin kurucuları ile doğrudan ya da dolaylı bir bağlantı içerisinde bulunmamaları gerekir.*

200 *Yıllık ortalama tiraj için ilk yıl tiraj ölçülmesi tamamlanana kadar dağıtım olmayan üye yayınlar şirketlerinin yazılı beyanları esas alınır; denetlenmiş tiraj sonuçlarına göre ilk yıl sonunda gerekirse üyelere değişiklik yapılır.*

Yönetim Kurulu’nda temsilcisi olmayan üye yayınlar, toplantılarda oy hakkı olmadan gözlemci üye bulundurulabilirler.”

210 Diğer yandan, Menfi Tespit Belgesi almasından sonra, 9 Eylül 2005 tarihinde ABC Yönetim Kurulu’nun ABC Kuruluş Sözleşmesi’nde yaptığı değişiklikle Hürriyet Gazetesi ve Atlas dergisi temsilcilerinin yerine Doğan Dağıtımını temsilen iki üye, yine aynı şekilde Sabah Gazetesi ve Yeni Aktüel Dergisi temsilcilerinin yerine de Merkez Dağıtımını temsilen iki üyenin atanmasına karar verilmiştir.

Toplam 15 kişiden oluşan Yönetim Kurulu’nda söz konusu değişiklikte sonra; Reklamcılar Derneği’nin üç, Reklamverenler Derneği’nin üç, Doğan Dağıtım’ın üç, Merkez Dağıtım’ın üç, üye yayınlar arasından yıllık ortalama tirajı en yüksek olarak

belirlenen iki gazete ve bir dergi yayıncısının ayrı ayrı belirleyecekleri birer üye bulunmaktadır.

Yukarıda içeriği verilen madde çerçevesinde, hâlihazırda ABC Türkiye'nin Yönetim Kurulu şu kişilerden oluşmaktadır:

Tablo 1: ABC Türkiye Yönetim Kurulu Üyeleri

Yiğit ŞARDAN (Reklâmcılar Derneği)	Hakan URHAN (Doğan Dağıtım)
Banun ERKIRAN (Reklâmcılar Derneği)	Oğuz KOBAN (Doğan Dağıtım)
Ayşe MEDRAN (Reklâmcılar Derneği)	Korkut PULUR (Doğan Dağıtım)
Ömer KAYALIOĞLU (Reklâmverenler Derneği)	Faruk ÖNER (Merkez Dağıtım)
Deniz GÜVEN (Reklâmverenler Derneği)	Muammer GÜVER (Merkez Dağıtım)
Nesrin GENÇ YILMAZ (Reklâmverenler Derneği)	Selim GÜLMEN (Merkez Dağıtım)
Bahadır Zaimoğlu (VATAN)	Ömer ERDEM (Akşam)
Bülent Odaman (VATAN)	

220 Yerinde incelemeler çerçevesinde tespit edilen bir başka husus ise, Cumhuriyet Gazetesi'nin de bu oluşuma dahil olarak ABC Yönetim Kurulu'nda yer almak istediğidir. Ancak, ABC Yönetim Kurulu'nun 8.9.2005 tarihli toplantı notunun 2 numaralı maddesindeki "YK yapısının Kuruluş Sözleşmesi ile belirlenmiş olması itibariyle, Cumhuriyet Gazetesi'nin üyeliğinin şu anda mümkün olmadığı tespit edildi." ifadesinden de anlaşıldığı üzere buna imkan bulamadığı görülmektedir.

Ayrıca, Kuruluş Sözleşmesi'nin 6. maddesinde Yönetim Kurulu'nun toplantı ve karar alma prosedürleri de şu şekilde düzenlenmiştir;

"a) Her üyenin 1 oy hakkı bulunur. Karar aşamasında eşitlik olması durumunda Yönetim Kurulu Başkanı'nın oyu iki oy sayılır.

230 b) Yönetim Kurulu Başkanı, RD ve RVD temsilcileri arasından Yönetim Kurulu'nca seçilir. Başkanlık, bu iki dernek arasında iki yılda bir dönüşümlü olarak değişir.

c) Yönetim Kurulu en az ayda bir kez önceden belirlenen gündemle toplanır. Gündem 48 saat önceden üyelere bildirilir.

Yönetim Kurulu'nun toplanabilmesi için RD, RVD ve yayıncı üyeler arasından en az birer üyenin bulunması esastır. Karar nisabı 7'dir. Karar alınabilmesi için ayrıca RD, RVD ve yayıncı üyelere en az bir Yönetim Kurulu Üyesinin olumlu oyu gereklidir.

240 Kurulu, Sözleşmesi değişiklikleri konusunda karar nisabı 9'dur. Kuruluş Sözleşmesi'nin değiştirilmesi için ayrıca RD, RVD ve yayıncı üyelerin en az birer oyu gereklidir.

Yönetim Kurulu'nda görev almayan yayıncı üyeler görüşlerini bildirmek üzere toplantılara katılabilirler, ancak kararların oluşumunda oy kullanamazlar.

e) Yönetim Kurulu, ABC Türkiye bünyesinde dahili bir denetim ekibi kurulmasına karar verebilir. Yönetim Kurulu RD, RVD ve yayıncı üyelere en az birer üyenin katılımıyla bir "Denetim Çalışma Grubu" kurulmasına karar verebilir. Denetim Çalışma Grubu, tiraj denetim standartları, denetçi ve denetimin işleyişine ilişkin konularda Yönetim Kurulu'na görüş ve yorumlarını sunar. Bu görüş ve yorumlar Yönetim Kurulu kararı ile uygulanır.

250 f) Yönetim Kurulu, her yıl en az bir kez mevcut sözleşme ve denetim standartlarını gözden geçirir ve değişiklik yapılması gereken hususları tespit eder."

ABC Türkiye'nin Yönetim Kurulu'nun ve toplantılarının işleyişine dair yerinde incelemeler sırasında ABC evrakı arasında tespit edilen bir belge de Zaman Gazetesi

yetkilisi Yusuf SUBAŞI'nın, 26.4.2005 tarihinde ABC Türkiye'ye gönderdiği yazıdır. Söz konusu yazıda Zaman Gazetesi'nin toplantıların işleyişine ilişkin olarak;

- Toplantı görüşmelerinin metinleri eksiksiz kayda alınmalı,
- Karar almanın gerekli görüldüğü durumlarda oylama yapılmalı,
- Kritik kararların alınması sırasında oylamanın toplantı metinlerine isim isim kaydedilmesi ve ilgililer tarafından imzalanmasının zorunlu kılınmalı,
- Katılımcıların kararın imzalı oylamaya açılmasını istiyorum şeklindeki taleplerinin dikkate alınmalı,
- Toplantıda karşıt fikirler, olumsuz beyan ve çekinceler, Yönetim Kurulu'nda alınan kararlara muhalif olacak görüşlerde toplantı zabıtlarına geçirilmeli,
- Toplantı sonrasında kararlar ABC Türkiye Yönetim Kurulu üyeleri tarafından imzalandıktan sonra açıklanmalı,

260

şeklindeki talepleri yer almaktadır. Ancak bu taleplerin yerine getirildiğine dair herhangi bir Yönetim Kurulu Kararına veya toplantı notuna rastlanılmamıştır.

Dosya mevcudu bilgilere göre, ABC Türkiye'nin tiraj denetim işleminin işleyişi ise aşağıdaki aşamaları içermektedir:

1. Yayıncıların açıkladığı tiraj rakamlarının doğruluğunun bir bağımsız denetim şirketi tarafından denetlenmesi,
2. Bu denetim sonucunda, denetlenen gazete ve dergilerin tirajları hakkında sertifikalar hazırlanması,
3. Hazırlanan sertifikaların ABC üyelerine iletilmesi,
4. Sertifikaların internet üzerinden ya da basılı materyal şeklinde, belli kurallar çerçevesinde kamuoyuna açıklanması.

270

ABC Türkiye, kurulduğu günden bugüne kadar bu işleyiş çerçevesinde, 10 dönem tiraj denetimi gerçekleştirerek denetlenmiş tiraj rakamlarını kamuoyuna duyurmuştur.

ABC Türkiye Yönetiminin 6.12.2006 tarihinde Basın İlan Kurumu tarafından da ABC verilerinin kullanılmasını talep etmek üzere Basın İlan Kurumu ile görüşülmesine dair bir karar aldığı; ve BiAK (Basın İzleme Araştırma Kurumu) ile de aynı minvalde görüşmeler yapıldığı tespit edilmiştir. Söz konusu gelişmeler ayrıca ABC Türkiye Yönetim Kurulu'nda Akşam grubu temsilcisi olarak bulunan Ömer ERDEM tarafından da teyit edilmiştir.

280

1.2.1.2. Diğer Ülkelerdeki Tiraj Denetim Kuruluşlarının Yapılarına İlişkin Tespitler - ABC İngiltere

Yönetim Kurulu 33 üyeden oluşmaktadır. Bunların içerisinde 1 bağımsız başkan, 5 daimi üye, 27 adet de seçilmiş üye yer almaktadır.

Daimi Üyeler: Bu üyelerin tamamı tüzel kişiliği haiz meslek birlikleri tarafından atanan kişilerden oluşmaktadır. Bu meslek birlikleri ise şunlardır; *The Institute of Practitioners in Advertising* [Reklamcılar Birliği] (IPA), Reklamverenler Birliği (ISBA), Ulusal Gazete Yayıncıları Birliği (NPA), Yerel ve Bölgesel Gazeteler Birliği ve Dergi Yayıncıları Birliği.

290

Seçilmiş Üyeler: Bu üyelerin sayısı toplam 27 adet olup üyelerin dağılımı, ulusal gazetelerden 2 üye, yerel ve bölgesel gazetelerden 3 üye, bedava dağıtılan gazetelerden 1 üye, magazin dergilerinden 3 üye, iş dünyası dergilerinden 3 üye,

ticari dergi sahibi şirketlerinden 1 üye, reklamveren şirketlerden 2 üye, reklam ajansı şirketlerden 7 üye şeklindedir.

- ABC Avustralya

300 ABC Avustralya'nın yapısı genel ve icracı komite olmak üzere iki kademeli bir yapı olup her yıl toplanan üyeler bir yıllığına 26 üyeden oluşan genel komiteyi (general committee), genel komite de yine bir yıllığına 5 kişiden oluşan icracı komiteyi (executive committee) seçmektedir.

Genel Komite: 5 üye reklam ajanslarından, 5 üye reklamveren şirketlerden, 6 üye ulusal gazete yayını yapan şirketlerden, 6 üye dergi yayıncılarından, 4 üye yerel ve bölgesel yayın yapan gazetelerden şeklinde oluşturulmuştur.

İcracı Komite: Reklam ajansları arasından 1 üye, reklam veren şirketlerden 1 üye, ulusal yayın yapan gazetelerden 1 üye, dergi yayıncılarından 1 üye ve yerel ve bölgesel gazetelerden 1 üye şeklinde oluşturulmuştur.

310 **- ABC Yeni Zelanda**

Yönetim kurulu, Gazete Yayıncıları Birliği tarafından atanacak 6 üye, Yerel Gazete yayıncıları Birliği tarafından atanacak 1 üye, Dergi yayıncıları Birliği tarafından atanacak 3 üye, Reklamcılar Birliği tarafından atanacak 2 üye ve Reklamverenler Birliği tarafından atanacak 2 üye olmak üzere 14 üyeden oluşmaktadır ve görev süresi 1 yıldır.

Yukarıda yönetim yapılarına yer verilen ülke örneklerinden de anlaşılacağı üzere bu yapıların, yazılı basın piyasasında faaliyet gösteren veya bu piyasayla ilintili hemen hemen tüm teşebbüs ve teşebbüs birliklerine yönetim ve karar alma süreçlerine katılma imkanı tanıyan çoğulcu bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

320 **I.2.2. ABC Türkiye'nin Denetim Standartları'nda Meydana Gelen Değişiklikler**

ABC Türkiye'nin Denetim Standartları, Kurulumuzun 11.3.2005 tarih 05-14/160-57 sayılı kararı ile menfi tespit belgesi verilen ABC Türkiye Tiraj Denetim Kuruluş Sözleşmesi'nin "ayrılmaz bir parçası"ni oluşturmaktadır. Bu durum Kuruluş Sözleşmesi'nin 11. maddesinin (c) bendinde açıkça belirtilmiştir.

330 Rekabet Kurulu'nun menfi tespit kararında, Denetim Standartları'nın Kuruluş Sözleşmesi'nin bir parçası olduğu teyit edilmekle birlikte, söz konusu standartlara ilişkin ayrıntılı bir değerlendirme yapılmamış; buna karşın bu standartların belirli olması ve bu standartların herkese eşit şekilde uygulanacak olması dikkate alınarak "... ABC Türkiye'ye üye olmak için gerekli koşullar hem kurucular hem de sonradan üye olacaklar için geçerli olacak şekilde belirlenmiş ve bu koşulları yerine getiren her gerçek ve tüzel kişinin ABC Türkiye'ye üye olabileceği belirtilmiştir." denilmekte yetinilmiştir.

340 Diğer yandan, söz konusu Denetim Standartları'nın yayıncı kuruluşlar arasındaki rekabeti bu kuruluşlardan bazıları aleyhine bozduğuna yönelik bir iddiayı değerlendiren Kurulumuz, 17.8.2005 tarih ve 05-52/793-214 sayılı bir başka kararında, Denetim Standartları'nın içeriğine bakılmaksızın bu standartların "ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu Sözleşmesinin ayrılmaz bir parçasını oluşturması, dolayısıyla söz konusu standartların da menfi tespit belgesi kapsamı içerisinde yer alması nedeniyle, 4054 sayılı Kanun bakımından herhangi bir aykırılık taşımadığı" sonucuna ulaşmıştır.

ABC Kuruluş Sözleşmesi'nin yanısıra Denetim Standartları'nın da ilgili pazardaki rekabeti etkileme potansiyeli bulunduğu ve Kuruluş Sözleşmesi'nin ayrılmaz bir

parçasını oluşturduğu dikkate alındığında, bu standartlarda yapılan değişikliklerin veya değişiklik yapılmasa bile bu standartların ne şekilde uygulandığının açıklığa kavuşturulması verilen menfi tespitin değerlendirilmesi açısından önemlidir.

Bu nedenle, ABC Türkiye'nin Denetim Standartlarında yapılan değişikliklerin ayrıntılı olarak incelenmesine ihtiyaç duyulmuştur. İlk bakışta, Denetim Standartları'nın Temmuz 2004, Mayıs 2005, Haziran 2005, Ekim 2005 ve Ocak 2007 tarihlerinde yayınlamış beş farklı versiyonunun olduğu görülmektedir.

350 Bu çerçevede Denetim Standartları'na ilişkin olarak yapılan değişiklikler öncelikle; genel nitelikte olan değişiklikler ve abonelik sistemine ilişkin olarak yapılan değişiklikler olmak üzere iki grupta incelenecek; ardından Zaman Gazetesi'nin şikayeti ile de doğrudan ilgili olan ve abonelik sistemine ilişkin olan değişiklikler Bireysel Abonelik ve Kurumsal Abonelik başlıkları altında incelenecektir.

I.2.2.1. Genel Nitelikteki Değişiklikler

ABC Yönetim Kurulu Karar Defteri'ndeki toplantı notlarının incelenmesi sonucunda,

- 29.3.2005 tarihli toplantıda; (a) Dergilerde, kapak fiyatının üzerinden yapılan % 50 ve üstündeki indirimlerin ve gazetelerde, kapak fiyatının üzerinden yapılan % 25 ve üstündeki indirimlerin “bedelsiz satış” olarak tanımlanarak Denetim Standartları'nın B.2.3 ve B.2.5 Maddelerinin bu doğrultuda değiştirilmesine; (b) 360 ayrıca, aylık yayınlarla ilgili tiraj beyan formlarının tesliminde süre sınırının, yayının çıkış tarihinden itibaren 45. gün olarak belirlenerek (yayının çıktığı ayı takip eden ayın 15'i), Denetim Standartları'nın C.1.1.d maddesinde gerekli değişikliğin yapılmasına,
- 25.5.2005 tarihli toplantıda; Tiraj Beyanının iki aylık yayınlar için çıkış tarihinden itibaren en geç 75 gün ve üç aylık yayınlar için çıkış tarihinden itibaren en geç 105 gün içinde verilmesi esasının kabulüne ve konuyla ilgili değişikliğin Denetim Standartları C.1.1 maddesine işlenmesine;
- 30.9.2005 tarihinde; (a) *National Geographic* ve *National Geographic Kids* 370 dergilerinin başvurularını müteakip “en fazla 2 kişiye kadar yapılmış Hediye Aboneliklerin tirajdan sayılması” kavramının Denetim Standartları'na dahil edilmesine, (b) Denetim Standartları'nın B.2.7– Abonelik Satışları ve B.3.3 – Kurumlara Toplu atışlar Maddeleriyle belirlenen “üst sınır” kavramında yüzdesel olarak sınıflandırmasına,
- 13.9.2006 tarihli toplantıda *Four Four Two* dergisinin başvurusunun değerlendirilmesini müteakip Denetim Standartları Sözleşmesinin “Kurumlara Yapılan Toplu Satışlar” B.3.3 maddesinin değiştirilmesine,

karar verdiği anlaşılmıştır.

380 Söz konusu değişikliklerin bir kısmının denetim firmasının talepleri doğrultusuna denetim standartlarının netleştirilmesi çerçevesinde yapıldığı; bir kısmının uygulamada çıkan problemleri çözmeye ve işlemleri hızlandırmaya yönelik olarak yapıldığı; bir kısmının ise, üyelerin problemlerini gidermeye ve bazı satışlarını tirajdan saymaya /saymamaya yönelik istisnai kararlardan kaynaklandığı anlaşılmaktadır.

I.2.2.2. Bireysel Abonelik Sistemine İlişkin Değişiklikler

ABC Türkiye Denetim Standartları'nın Temmuz 2007 versiyonunun abonelik satışlarının tanımını ortaya koyan B.2.7 bölümünde abonelik satışları:

390

“Yayıncının, doğrudan ya da abone temsilcilikleri aracılığıyla;

a) Doğrudan tüketiciye;

b) Tüketiciye yayını bedelsiz olarak ulaştıran ve gazetenin dağıtım ağına dahil olmayan bir kuruma;

Gazeteler için en az 1 ay, dergiler için en az 3 ayın tamamlanmış olması koşuluyla belirli bir süre boyunca düzenli olarak gerçekleştirdiği; belirli bu süre için bedeli önceden ödenen satışlar”

olarak tanımlanmış ve *“Abonelikte, aboneliğin başlatıldığı anda geçerli olan kurallar (örneğin, zaman içinde artış olsa da, başlangıçta kabul edilen abonelik ücretinin esas alınması gibi) geçerli sayılır.”* hükmü getirilmiştir.

400

Temmuz 2004'te yayımlanan ABC Tiraj Denetim Kurulu Denetim Standartları'nın, daha sonra Mayıs 2005, Haziran 2005, Ekim 2005 ve Ocak 2007 versiyonları yayımlanmış olup burada yalnızca abonelik ile ilgili koşulları ortaya koyan “B.3.2.Abonelik Satışları” başlıklı kısmında tespit edilen değişikliklere yer verilecektir. (B.3.2. bölümü Ekim 2005 ve Ocak 2007 versiyonlarında bire bir aynı olduğundan yapılan değerlendirmelerde Ocak 2007 versiyonu hakkında ayrıca bilgi verilmeyecektir.)

Denetim Standartları'nın B.3.2. Abonelik Satışları başlıklı kısmında yapılan değişiklikler Tablo 2'de görülmektedir.

410

Her bir grupla ilgili değişiklikler, değişikliğin kaynağı, ABC tarafından öne sürülen gerekçesi ve Ulusal Gazeteler İçin Denetim Standartları üzerinden İngiltere örneği ile karşılaştırılarak ortaya konmaya çalışılacaktır.

Karşılaştırmada İngiltere'nin örnek olarak seçilmesindeki temel sebep ABC Türkiye Tiraj Denetim Çalışma Programının geliştirilmesi sırasında denetçi firma Ernst&Young'ın İngiltere örneğini incelemesidir.

I.2.2.2.1. Abonelik Bedelinin Bizzat Abone Tarafından Ödenmesi Hususu

Denetim Standartlarının Temmuz 2004 versiyonunun B.3.2.Abonelik Satışları bölümünün (a) ve (b) bentlerinde abonelik bedelinin bizzat abone tarafından nakden, kredi kartıyla veya kredi kartı ile vadeli olarak ödeneceği ve abonenin kimlik bilgileri ve yayının ulaştırıldığı adres bir bilgi işlem veri tabanında kayıtlı tutulması gerektiği hükme bağlanmıştır. Mayıs 2005 versiyonunda iki madde anlamında herhangi bir değişiklik doğurmayacak biçimde birleştirilerek tek bir madde haline getirilmiş (a bendi) ve bendin değiştirilmiş hali Haziran 2005 versiyonunda da aynen korunmuştur.

420

29.3.2005 tarihinde düzenlenen ABC Yönetim Kurulu toplantısında, Ernst&Young tarafından belirtilen görüş;

“Yapılan ön görüşmeler sırasında, bahsi geçen abonelik ile ilgili ödemenin yapılmış olduğunun tespiti mi yoksa o ödemenin bire bir abone tarafından yapılmış olmasının mı tespit edilmesi gerektiği açıklığa kavuşturulması gereken bir husus olarak ortaya çıkmıştır. Bizim görüşümüz, abonelik satışlarında ödemenin yapılmış olmasının yeterli olacağı yönündedir...”

430

şeklinde olmakla birlikte, ABC Türkiye Yönetimi “bedelin bizzat abone tarafından ödendiğinin tespiti” konusunda ısrarcı olmuştur.

Diğer yandan, altı ay sonra yapılan 30.09.2005 tarihli toplantıda;

“(…)Dergiler için Hediye Abonelik kavramı aşağıdaki kurallara bağlandı.

- Ödemesi aynı kişi tarafından yapılmış olup, kişinin kendisi dışında en fazla iki kişiye ve adrese de yapılan Hediye Abonelikler tirajdan sayılmalıdır.*
- Dergilerde Hediye Abonelik faturaları, ödeme yapan kişinin kendi abonelik faturasından (varsa) ayrı olmalıdır.*
- 440 – Belirtilen esaslar doğrultusunda dergilerde Hediye Abonelik olarak tiraj kabul edilen satışlar, alt kırım olarak değil doğrudan tirajdan sayılmalıdır.*
- Bu uygulama, dergilerin hediye abone datalarını açıklayıcı biçimde düzenlemeleri koşuluyla geçerlilik kazanacaktır.”*

görüşü oluşmuş ve dergilere yönelik olarak “Hediye Abonelik” kavramının Denetim Standartları’na dâhil edilmesine karar verilmiştir. Maddenin son halinde ise, dergi/gazete ayrımı olmaksızın hediye aboneliklerde, hediye veren kişi tarafından yapılan ödemelerin de kabul edilmesi öngörülmekle birlikte söz konusu kuralın gazeteler için de uygulanıp uygulanmayacağına dair netlik oluşmamıştır.

Tablo 2: ABC Türkiye Tiraj Denetim Standartları'nın Abonelik Satışları Başlıklı B.3.2 Bölümünde Meydana Gelen Değişiklikler

	Temmuz 2004	Mayıs 2005	Haziran 2005	Ekim 2005
Abonelik Bedeli	<p>a) Abone olunan yayının bedeli birebir abone (tüketici)'nin kendisi tarafından gerçekleştirilmelidir.</p> <p>b) Tüketici (abone), abone olunan yayının bedelini nakden, kredi kartıyla veya kredi kartı ile vadeli olarak ödemiştir ve abonenin kimlik bilgileri ve yayının ulaştırıldığı adres bir bilgi işlem veri tabanında kayıtlıdır.</p>	<p>a) Abone olunan yayının bedeli doğrudan abone (tüketici)'nin kendisi tarafından nakden kredi kartıyla veya kredi kartı ile vadeli olarak ödenmiştir ve bu abonenin kimlik bilgileri ve yayının ulaştırıldığı adres bir bilgi işlem veri tabanına kayıtlıdır.</p>	<p>a) Abone olunan yayının bedeli doğrudan abone (tüketici)'nin kendisi tarafından nakden, kredi kartıyla veya kredi kartı ile vadeli olarak ödenmiştir ve bu abonenin kimlik bilgileri ve yayının ulaştırıldığı adres bir bilgi işlem veri tabanına kayıtlıdır.</p>	<p>a) Abone olunan yayının bedeli doğrudan abone (tüketici)'nin tarafından (veya hediye aboneliklerde, hediye veren birey tarafından) nakden, kredi kartıyla veya kredi kartı ile vadeli olarak ödenmiştir ve bu abonenin kimlik bilgileri ve yayının ulaştırıldığı adres bir bilgi işlem veri tabanına kayıtlıdır.</p>
Adres Abonelik Bağlantısı	<p>c) Tek bir adrese ve kişiye yapılmış tüm abonelikler tek bir tiraj sayılır.</p>	<p>c) Doğrudan tüketiciye yapılan abonelik satışlarında bir adrese bir adetten fazla yapılan abonelik satışları tirajdan sayılmazlar.</p> <p>d) Doğrudan tüketiciye yapılan abonelik satışlarında bir şahıs adına ikiden fazla adrese yapılan abonelik satışları tirajdan sayılmazlar.</p>	<p>d) Doğrudan tüketiciye yapılan abonelik satışlarında, bir adrese bir adetten fazla yapılan abonelik satışları tirajdan sayılmazlar.</p> <p>e) Doğrudan tüketiciye yapılan abonelik satışlarında bir şahıs adına ikiden fazla adrese yapılan abonelik satışları tirajdan sayılmazlar.</p>	<p>d) Doğrudan tüketiciye (hediye abonelikler dahil olmak üzere) yapılan abonelik satışlarında, bir adrese bir adetten fazla yapılan abonelik satışları tirajdan sayılmazlar.</p> <p>e) Doğrudan tüketiciye (hediye abonelikler dahil olmak üzere) yapılan abonelik satışlarında bir şahıs adına ikiden fazla adrese yapılan abonelik satışları tirajdan sayılmazlar.</p> <p>f) Bireylerin, aynı yayın için, eğer varsa kendi abonelikleri dışında en fazla iki kişiye kadar hediye etmiş olduğu abonelikler (B.3.2 yer alan abonelik kriterlerini yerine getirmeleri şartı ile) tirajdan sayılır.</p>

<p>Asgari Abonelik Süresi</p>	<p>d)Asgari abonelik süresini (gazetelerde 1, dergilerde 3 ay) tamamlamış olan abonelere tiraj beyan süresi içerisinde yapılan satışlar tiraja dahildir.</p>	<p>b)Abonenin asgari abonelik süresini (gazetelerde 1, dergilerde 3 ay) tamamlamış olması gerekmektedir.</p>	<p>b)Abonenin asgari abonelik süresini (gazetelerde 1, dergilerde 3 ay) tamamlamış olması gerekmektedir. c)Asgari abonelik sürelerini tamamlamamış olsalar bile (gazetelerde 1 ay, dergilerde 3 ay), 6 aylık abonelik ödemesi peşin yapılan yayınların satışı tirajdan sayılır.</p>	<p>b)Abonenin asgari abonelik süresini (gazetelerde 1, dergilerde 3 ay) tamamlamış olması gerekmektedir. c)Asgari abonelik sürelerini tamamlamamış olsalar bile (gazetelerde 1 ay, dergilerde 3 ay), 6 aylık abonelik ödemesi peşin yapılan yayınların satışı tirajdan sayılır.</p>
<p>Kurumsal Abonelik</p>	<p>e)Abone satışı B.2.7.b'de tanımlanan bir kuruma gerçekleştirilmiş ise, tüketici bu yayını kendi rızası ile bedelsiz olarak alma istediğini yazılı olarak beyan etmiştir. Bu yazılı beyanların üç ayda bir yenilenmesi zorunludur. Böyle bir beyanın bulunmaması ya da beyanın üç aydan eski olması durumunda, bu tüketicilere gerçekleştirilen abone satışları tirajdan sayılmaz. Ancak kimi dergiler özelinde, söz konusu satışlar, ilgili verilerle desteklenmek suretiyle ABC Yönetim Kurulu ve Ernst&Young tarafından tirajdan sayılabilecektir.</p>	<p>e)Abone satışı B.2.7.b'de tanımlanan bir kuruma gerçekleştirilmiş ise, her bir kurum için ayrı olmak üzere gazetelerde 5 dergilerde ise 2 adedi aşan kurumsal toplu abonelik satışları tirajdan sayılmazlar. B.2.7.b'de tanımlanan Kurumsal Abonelik ile Kurumlara Toplu Satışlar özdeş ve türdeşdir.</p>	<p>f)Kurumlara toplu abonelik satışı sürekli olmalıdır. Abone satışı B.2.7.b maddesinde tanımlanan bir kuruma gerçekleştirilmiş ise, her bir kuruma ayrı ayrı olmak üzere, hem gazeteler hem de dergilerde 1 adedi ve toplam tirajda ise, ilgili yayının her bir sayısı için, gazetelerde 5000, dergilerde 1000 adedi aşan kısmı tirajdan sayılmaz. Aşan kısmın tirajdan sayılabilmesi için Yönetim Kurulu'nun karar vermesi gerekir. Satışın sürekliliği ile ilgili kararı da Yönetim Kurulu verir. Kurumsal toplu abonelik satışlarının toplam tiraj içindeki oranı, tiraj sertifikaları üzerinde yüzde değerleriyle gösterilir. B.2.7.b'de tanımlanan Kurumsal Abonelik ile Kurumlara Toplu Satışlar özdeş ve türdeşdir.</p>	<p>g)B.2.7.b'de tanımlanan Kurumsal Abonelik, Kurumlara Toplu Satışlar ile özdeş ve türdeş olup, B.3.3'de tanımlanan kurallar Kurumsal Abonelik için de geçerlidir.</p>

Diğer yandan, altı ay sonra yapılan 30.09.2005 tarihli toplantıda;

“(...)Dergiler için Hediye Abonelik kavramı aşağıdaki kurallara bağlandı.

- 450
- *Ödemesi aynı kişi tarafından yapılmış olup, kişinin kendisi dışında en fazla iki kişiye ve adrese de yapılan Hediye Abonelikler tirajdan sayılmalıdır.*
 - *Dergilerde Hediye Abonelik faturaları, ödeme yapan kişinin kendi abonelik faturasından (varsa) ayrı olmalıdır.*
 - *Belirtilen esaslar doğrultusunda dergilerde Hediye Abonelik olarak tiraj kabul edilen satışlar, alt kırım olarak değil doğrudan tirajdan sayılmalıdır.*
 - *Bu uygulama, dergilerin hediye abone datalarını açıklayıcı biçimde düzenlemeleri koşuluyla geçerlilik kazanacaktır.”*

460 görüşü oluşmuş ve dergilere yönelik olarak “Hediye Abonelik” kavramının Denetim Standartları’na dâhil edilmesine karar verilmiştir. Maddenin son halinde ise, dergi/gazete ayrımı olmaksızın hediye aboneliklerde, hediye veren kişi tarafından yapılan ödemelerin de kabul edilmesi öngörülmekle birlikte söz konusu kuralın gazeteler için de uygulanıp uygulanmayacağına dair netlik oluşmamıştır.

ABC Türkiye, konuya “*Hediye promosyon uygulaması dergi yayıncılarının isteği ile başlamıştır. Yurtdışında da aynı uygulama yapılmaktadır. Amaç abonelik yoluyla satışı yaygınlaştırmaktır. Verilen promosyon çok küçük bir teşviktir, büyütülmesi söz konusu değildir. Ve bu nedenle de bu istisna niteliğindeki bu promosyonun sadece teşvik amacı taşıdığı ortadadır*” yorumunu getirmiştir.

- ABC İngiltere Örneği ile Karşılaştırma

470 Abonelik satışları, ABC İngiltere’nin Ulusal Gazeteler İçin Denetim Standartları’nın B.2.4 ve B.2.7 bölümlerinde düzenlenmiştir. B.2.4 bölümünde paralı abonelikte dağıtılan gazete “Yayıncı ve bireyler veya şirketler arasında mevcut bir sözleşmeye dayanarak abonenin kendisi veya üçüncü kişiler tarafından peşin ödeme (ya da ödeme taahhüdü) karşılığında posta, kurye veya elle dağıtım yoluyla gönderilen kopya” olarak tanımlanmıştır. Bu satışların tamamının tirajdan sayılabilmesi için;

- Denetlenebilir yazılı veya sözlü bir talebin bulunması,
- Talebin aboneyle ilgili tüm detayları içermesi (yazılı talepler için isim, adres, imza ve tarihi ve sözlü talepler için ABC yıllık teyit sorusu)
- Talebin ayrıca sözleşme detaylarını içermesi,
- Yayıncı tarafından ödemenin tahsil edildiğine dair kanıtın bulunması,
- 480 – Abone tarafından ödenen bedelin en az yayınlanan “Abonelikler İçin Temel Oran¹” ya da yayınlanan “Abonelikler İçin Temel Oran”ın belirli bir kısmı kadar olması koşulları getirilmiştir.

ABC Türkiye ve İngiltere örnekleri karşılaştırıldığında, abonelikle ilgili bilgilerin bulunmasının her iki örnekte de gerekli görüldüğü anlaşılmaktadır. Fakat ABC Türkiye Denetim Standartları’nda İngiltere’den farklı olarak ödemenin bizzat abone tarafından yapılmış olması gerektiği yer almaktadır. İngiltere’de ödemeyi yapan kişi hakkında herhangi bir sınırlama bulunmazken, ABC Türkiye Denetim Standartları’nda

¹ Abonelikler İçin Temel Oran (*The Basic Annual Rate for paid postal subscriptions*): Yılda iki kez yayımlanan ve herhangi bir kişi tarafından bir gazeteye yıllık abonelik için ödenebilecek, sadece sınırlı durumlarda sınırlı bir sınıf için belirlenen özel tutar dışındaki, tutar.

bedelin abone tarafından ya da hediye aboneliklerde hediye eden birey tarafından (en fazla iki adet) ödenmesi koşulu getirilmiştir.

490 ABC Türkiye'nin bu koşulu getirmesinin temel nedenlerinden biri olarak ABC Türkiye tarafından gönderilen ve Kurum kayıtlarına 12.3.2007 tarih ve 1919 sayı ile giren yazıdaki ifadeler gösterilebilir:

“Bedeli okur tarafından ödenen net satışın tiraj olarak adlandırılması ABC Türkiye Tiraj Denetleme Kurulunun oluşturulması aşamasında tartışılmış ve 3 tarafın [reklamverenler, ajanslar ve yayıncılar] ortak kanaati olarak kabul görmüştür.”

500 Yine bu bağlamda aynı yazıda geçen “Yayıncılar reklam almak için, reklamverenler ise reklamları yayınlamak için, bir yayının okuyucunun özgür iradesi ile ‘seçilmesini’ ve ‘satın almasını’ önemli görmüşler ve ABC Türkiye’yi kurarken bunu olmazsa olmaz koşul olarak kabul etmişlerdir ” ifadeleri de ABC Türkiye'nin abonelik bedelinin ödenmesi konusundaki düşüncelerini göstermesi bakımından önem taşımaktadır.

I.2.2.2.2. Adres – Abone Bağlantısı Hususu

Denetim Standartlarının Temmuz 2004 versiyonunun B.3.2.Abonelik Satışları bölümünün (c) bendinde “Tek bir adrese ve kişiye yapılmış tüm abonelikler tek bir tiraj sayılır.” ifadelerine yer verilmektedir. Maddenin bu hali kurumsal abonelikleri de kapsar bir düzenlemeyi içermektedir.

510 Bu konu, Denetim Standartları'nın Mayıs 2005 versiyonunda iki madde halinde (c ve d bentleri) düzenlenerek açıklığa kavuşturulmuştur. Böylece kurumsal abonelikleri içine almayacak şekilde “doğrudan tüketiciye yapılan” bir adrese birden fazla yapılan abonelik satışları ile bir şahıs adına ikiden fazla adrese yapılan abonelik satışlarının tirajdan sayılmayacağı hükme bağlanmıştır.

Maddedeki değişiklik Ernst&Young tarafından ABC Yönetim kurulu'na sunulan, Tiraj Denetim Sözleşmesi'nin revizyonu, Proje takviminin güncellenmesi ve Denetim Standartları'na ilişkin bazı tartışmalı konuları karar bağlamak üzere 27.4.2005 tarihinde düzenlenen ABC Türkiye Yönetim Kurulu toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır. Görüşmede alınan kararın ilgili kısmı şöyledir:

520 *“Abonelik satışlarında (Denetim Standartları, B.3.2) tek kişi adına tek adrese yapılmış olan aboneliklerin bir tiraj olarak, tek kişi adına ancak 2 farklı adrese yapılmış olan aboneliklerin de ayrı birer tiraj olarak kabul edilmesine; ancak tek kişi adına ikiden fazla adrese yapılan aboneliklerin tiraj olarak kabul edilemeyeceğine(...) karar verildi.”*

Denetim Standartlarının Haziran 2005 versiyonunda konuyla ilgili düzenlemeler bu kez (d) ve (e) bentlerinde aynen korunmuştur.

530 Denetim Standartları'nın Ekim 2005 versiyonunda konu üç bent halinde (d, e ve f bentleri) düzenlenmiş ve bazı değişiklikler yapılmıştır. Bunlardan ilki abonelik bedelinin ödenmesi konusuna getirilen “hediye abonelik kavramının adres-abone bağlantısı konusuna da yansıtılması ile ilgilidir. Buna göre bir adrese birden fazla abonelik yapılamaması ölçütü hediye abonelikler için de geçerli kılınmıştır. Diğer ise bir şahsın iki kişiye kadar hediye ettiği aboneliklerin tirajdan sayılabilmesi için abonelik için getirilen ve Denetim Standartları'nın B.3.2 maddesinde belirtilen koşulları (genel abonelik koşulları) taşıması gerektiği hakkındadır.

I.2.2.2.3. Asgari Abonelik Süresi

Denetim Standartlarının Temmuz 2004 versiyonunun B.3.2. Abonelik Satışları bölümünün (d) bendinde gazetelerde 1, dergilerde üç ay olan asgari abonelik süresini tamamlamış olan abonelere tiraj beyan süresi içinde yapılan satışların tiraja dahil olacağı hükme bağlanmıştır. Mayıs 2005 versiyonunda ise, B.3.2. Abonelik Satışları bölümünün, bu kez (b) bendinde düzenlenen asgari abonelik süresini dolduran satışların tirajdan sayılması için bir önceki versiyonda bulunan tiraj beyan süresi ile ilgili kısım ibaresi çıkarılmıştır.

540 Denetim Standartları'nın Haziran 2005 versiyonunda Mayıs 2005 versiyonundaki asgari abonelik ile ilgili kısım (b bendi) korumakla birlikte, asgari abonelik süresi doldurulmamış olsa bile 6 aylık abonelik ödemesi peşin yapılan yayınların satışının tirajdan sayılacağı (c bendi) hüküm altına alınmıştır. Hükümün Haziran 2005 versiyonundaki şekli Ekim 2005 versiyonunda da aynen korunmuştur.

- ABC İngiltere Örneği ile Karşılaştırma

İngiltere Ulusal Gazeteler İçin Denetim Standartları'nda asgari abonelik süresi ile doğrudan ilgili bir madde bulunmamaktadır. Öte yandan, B.2.4 bölümünün Ödemesi Gecikmiş Abonelikler başlığında, bu başlığın;

- 550 – Mevcut aboneliklerde abone tarafından yapılan son ödemenin yayımlanan baskı sayısını karşılamamasını,
- Önce al-sonra faturalandır yöntemiyle yapılan yeni aboneliklerde, ödeme yükümlülüğünün bir ya da daha fazla baskının gönderilmesinden sonrasına kadar olmaması

durumlarını içerdiği ifade edilmektedir. Bölümde, Ödemesi Gecikmiş Aboneliklerin maddede ayrıntıları belirtilmiş şekliyle tirajdan sayılacağı belirtilmiştir. Ayrıca, abonelik bedeli ödenmediğinde, Birleşik Krallık ve İrlanda Cumhuriyeti'ne abonelik döneminin başlamasından üç ay sonrasında itibaren gönderilen gazetelerin tiraj rakamından çıkarılması gerektiği hüküm altına alınmıştır. Tüm kasıtlı bedava aboneliğin tiraj harici bırakılması gerektiği de maddede belirtilmiştir.

560 Görüldüğü gibi İngiltere'deki uygulama ödemesi geciken aboneliklerle ilgilidir ve ödemesi gecikse bile bu tür ödeme gecikmeleri yaşanan aboneliklerin tiraj dışına çıkarılması için üç aylık bir bekleme süresi öngörülmektedir. ABC Türkiye örneğinde ise, gazeteler için 1, dergiler için 3 aylık abonelik süreleri öngörülmüş ve bu şartların tamamlanmaması halinde abonelik bedelinin 6 aylık kısmının peşin ödenmesi kurala istisna olarak getirilmiştir. Ancak ABC İngiltere örneğinde asgari abonelik süresi ile ilgili herhangi bir süre sınırlaması getirilmemiştir.

I.2.2.3. Kurumsal Abonelik Sistemine İlişkin Değişiklikler

570 Denetim Standartlarının Temmuz 2004 versiyonunun B.3.2. Abonelik Satışları bölümünün (e) bendinde; *"Tüketiciye yayını bedelsiz olarak ulaştıran ve gazetenin dağıtım ağına dahil olmayan bir kuruma"* gerçekleştirilen bir satışın olması durumunda, bu satışın tirajdan sayılabilmesi için tüketicinin bu yöndeki beyanını içeren bir yazının olması ve bu yazının da üç ayda bir yenilenmesi koşulu getirilmiştir.

Bunun yanında, *"Kimi dergiler özelinde söz konusu satışlar, ilgili verilerle desteklenmek suretiyle ABC Yönetim Kurulu ve Ernst&Young tarafından tirajdan sayılabilecektir."* şeklinde bir ifade de madde yer almıştır.

580 Mayıs 2005 versiyonunda kurumsal satışlarla ilgili tüm koşullar değiştirilmiş ve (e) bendi sadeleştirilerek, toplu aboneliklerde gazeteler için 5 dergilerde ise 2 adedi aşan kurumsal abonelik satışlarının tirajdan sayılmayacağı ve kurumsal abonelik ile kurumlara toplu satışların türdeş ve özdeş olduğu belirtilmiştir. Haziran 2005 versiyonunda toplu aboneliklerin tirajdan sayılması ile ilgili koşullar ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır.

Maddenin Haziran 2005 versiyonunda ise, "...[kurumsal aboneliklerde] her bir kuruma ayrı ayrı olmak üzere, hem gazeteler hem de dergilerde 1 adedi ve toplam tirajda ise, ilgili yayının her bir sayısı için, gazetelerde 5000, dergilerde 1000 adedi aşan kısmı tirajdan sayılmaz. Aşan kısmın tirajdan sayılabilmesi için Yönetim Kurulu'nun karar vermesi gerekir. Satışın sürekliliği ile ilgili kararı da Yönetim Kurulu verir." ifadelerine yer verilmiş, kurumsal abonelik ile kurumlara toplu satışların türdeş ve özdeş olduğu yinelenmiştir.

590 Maddedeki değişiklikler Ernst&Young tarafından ABC Yönetim Kurulu'na sunulan, Tiraj Denetim Sözleşmesi'nin revizyonu, Proje takviminin güncellenmesi ve Denetim Standartları'na ilişkin bazı tartışmalı konuları karar bağlamak üzere 27.04.2005 tarihinde düzenlenen ABC Türkiye Yönetim Kurulu toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

Ekim 2005 versiyonunda ise kurumsal toplu satışlarla kurumsal aboneliğin özdeş ve türdeş olduğu ve her ikisine de Denetim Standartları'nın aşağıda yer alan B.3.3. nolu bölümünde kuralların uygulanacağı belirtilmiştir. Buna göre:

"B.3.3. Kurumlara Toplu Satışlar

600 *Kurumlara toplu satışlar sürekli olmalıdır. Tiraj beyan formlarının hazırlanmasında, kurumlara yapılan ilgili yayının her sayısı için 1 adedi aşan satışlar yayıncılar, yayıncılar tarafından toplu satış olarak sınıflandırılır. Kurumlara, ilgili yayının her sayısı için yapılan 1 adetlik satışlar nitelikleri gereğince bayi satışları içerisinde sınıflandırılır. Yayıncılar tarafından beyan edilecek kurumlara toplu satış adedi ilgili beyanda yer alan toplam net satış adedinin %5'ini aşamaz. Toplam net satış adedinin %5'i aşan kısmı (B.4 maddesi kapsamında Yönetim Kurulu tarafından onaylanmış olan satışlar hariç olmak üzere) tirajdan sayılmaz. Satışın sürekliliği ile ilgili karar yetkisi Yönetim Kurulu'na aittir. Kurumlara toplu satışların toplam tiraj içindeki oranı, tiraj sertifikaları üzerinde yüzde değeri ile gösterilir."*

610 Yukarıdaki değişikliğin kaynağı olan 30.9.2005 tarihli toplantı notuna ilişkin ABC Türkiye'nin görüşü "*Kurumlara Toplu Satış tanımı, satın alınan gazete ve dergi sayısı ile tanımlanırken bu terkedilmiş ve bir gazete ya da derginin toplam net sayısının gazetelerde % 5'ine, dergilerde % 25'ine bağlanmıştır. Temelde rekabeti etkileyici bir durum olmayıp daha adil bir denge getirilmiştir*" şeklindedir². ABC Türkiye ayrıca aşağıdaki hususları belirtmiştir:

"Bayi satışlarında yayının ücreti ödeme anında gerçekleşmektedir. Abonelik sisteminde ödeme yapılıp yapılmadığı farklı kontrol yöntemleri ile saptanmak zorundadır. Alınan kararlar bu farklı yöntemleri belirlemeyi amaçlamaktadır.

Abonelik yoluyla satılan gazete ve dergilerin tümüne aynı denetim yöntemleri uygulanmaktadır. Zaman Gazetesi dışında 49 adet dergi abonelik yoluyla

² Anılan toplantıya ilişkin notta ve Denetim Standartları'nın ilgili bölümünde hem gazeteler hem de dergiler için bu oran %5 olarak belirtilmiş olup, yapılan açıklamada belirtilen "dergiler için %25'lik" oranın sehven yazıldığı kanaatine varılmıştır.

620 satılmaktadır, hepsi abone veritabanındaki bilgileri denetçiye vermekte ve ödemeye ilişkin belge sunmaktadır. Denetim onlar için böylece yapılmaktadır. İtiraz eden 50 yayından sadece Zaman Gazetesi'dir”

- ABC İngiltere Örneği ile Karşılaştırma

Toplu satışlar Ulusal Gazeteler İçin Denetim Standartları'nın B5 bölümünde düzenlenmektedir. B5.2 alt bölümünde toplu satışlar:

“Bir yayının

a) Son kullanıcıya ücretsiz dağıtılması,

b) Toptan ya da perakende firmalarına ulaşan kopyalarının son kullanıcılara satılmayacağı ön bilgisiyle satılması/dağıtılması

630 sonucunu doğuracak şekilde iki ya da daha fazla sayıda satılması”

olarak tanımlanmıştır. Maddede toplu satışlara örnek olarak uçaklara ve otellere yapılan satışlar verilmiştir.

Ulusal Gazeteler İçin Denetim Standartları B5.3 alt bölümünde ise toplu satışların tiraj rakamına dahil edilebilmesi için aşağıda belirtilen şartları taşıması gerektiği belirtilmiştir:

“a) Satış gerçek olmalı ve taraflar arasında yakın bir ilişki içermemelidir,

b) Olabildiğince açıkça detayları belirtilmiş bir yazılı sözleşmenin olması gereklidir,

640 c) Tüm işlemler düzenlenen faturaları ve yapılan ödemeleri de içeren şekilde tam olarak belgelendirilebilmelidir,

d) Yayıncı tarafından ya da yayıncı adına dağıtımın yapıldığına dair kanıtlar bulunmalıdır(...),

e) Tiraj rakamlarına dahil edilecek kısım ekte verilen “Toplu Satışlar-Arz Çeşitleri Listesi” başlığını taşıyan belgedeki oranları aşmamalıdır. Bu limitleri aşan kısmı ABC tarafından belirlenen rakamlara dahil edilmez.”

650 Toplu Satışlar-Arz Çeşitleri Listesi'nde toplu satışların uçaklarda %75'inin, otellerde Londra'da %80 diğer bölgelerde %65'inin, gemilerde %33'ünün, trenlerde %50'sinin, etkinlik ve gösterilerde %33'ünün, konferanslarda %50'sinin, doğrudan adrese teslim edilenlerin %95'inin, okullarda %15'inin, üniversitelerde %20'sinin, otobüslerde %50'sinin, bahis bayilerinde %50'sinin tirajdan sayılacağı; diğer denetlenebilir toplu arz noktalarında ABC tarafından belirlenen oranların uygulanacağı ve denetlenemeyen arz noktalarında yapılan satışların ise tirajdan sayılmayacağı belirtilmiştir.

Görüldüğü gibi İngiltere örneğinde toplu satışların açık bir tanımı yapıldıktan sonra, satış türlerine göre toplu satışların ne kadarlık bir kısmının tiraja dahil edileceği belirtilmişken ABC Türkiye örneğinde hiçbir ayırım gözetmeksizin toplu satışların toplam tirajın %5'ini geçemeyeceği koşulu getirilmiştir.

I.2.3. Zaman Gazetesi'nin Yönetim Kurulu Üyeliği'nden Çıkarılma Sürecine İlişkin Tespitler

660 2004 yılı Temmuz ayında ABC Türkiye projesinin tanıtılması için yapılan toplantıya davet edilen Zaman Gazetesi bu oluşum içinde yer almaya karar vermiş ve 31.12.2004 tarihinde üyelik başvurusunu gerçekleştirmiştir.

ABC Türkiye kuruluş sözleşmesinin Merkez Grubu ve Doğan Grubu şirketlerinin kurucuları ile doğrudan ya da dolaylı bir bağlantı içerisinde bulunmayan yıllık ortalama en yüksek tiraja sahip iki gazete ve bir derginin yönetim kuruluna girmesine olanak veren 6 (a) bendi hükmüne göre gerekli koşulların oluşması sonucunda Zaman Gazetesi, ABC Türkiye yönetim kurulunda temsil edilme hakkını elde etmiştir.

670 Tiraj denetim çalışmalarına Güney S.M.M.M. A.Ş. (Ernst&Young) tarafından 1.6.2005 tarihinde başlanmış; bu tarih öncesinde de aynı firma tarafından ön denetim çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Zaman Gazetesi'ne yönelik denetim süreci, abone veri tabanı, abonelik satışlarında yapılan ödemelerin tüketici ile ilişkisinin denetimi ve bayi satışlarının denetiminde karşılaşılan sorunlar nedeniyle ikinci sertifikasyon döneminde olduğu gibi, üçüncü sertifikasyon döneminde de denetim raporu sunulamayacağına ilişkin Ernst&Young'ın ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu'na 21 Şubat 2006 tarihinde sunduğu yazıyla sonlanmıştır.

680 Şikayet dilekçesinde, bu yazıyı takip eden gün olan 22.2.2006 tarihinde ABC Türkiye Yönetim Kurulu'nun denetim süreci dışında kalıp sertifika alamamasından dolayı en yüksek tirajlı bağımsız yayın olma niteliği kalmadığı gerekçesiyle, Zaman Gazetesi'nin yönetim kurulu üyeliğinin düşmesine karar verdiği belirtilmiştir. Denetim gerçekleştirilememesinin nedeni olarak belirtilen altyapı ile ilgili teknik eksikliklerinin giderilmesi gereği ayrıca Zaman Gazetesi'ne bildirilmiştir. Zaman Gazetesi'nin denetim dışında kaldığına ilişkin duyuruya halen ABC Türkiye'nin internet sayfasından ulaşılabilmektedir.

ABC Türkiye yönetim kurulunun Zaman Gazetesi'nin, denetlenebilir en yüksek tirajlı gazete özelliğini kaybetmesi nedeniyle ABC Türkiye yönetim kurulundan çıkarılmasına ilişkin kararına kadar olan süreçte meydana gelen olaylara dair tespitlere aşağıda yer verilmektedir.

690 Dosya konusu ön araştırma kapsamında Raportörler ilk olarak Reklâmcılar Derneği Genel Müdürü ve ABC Türkiye koordinatörü Ayşegül MOLU ve Reklâmcılar Derneği Yönetim Kurulu Danışmanı Av. Çetin ZİYLAN ile görüşmüşlerdir. Yapılan görüşmede konuya ilişkin olarak aşağıdaki hususlar beyan edilmiştir:

“Zaman Gazetesi abonelerinin yaptığı ödemeler çoğunlukla sağlıklı biçimde kaydedilmemiştir. Yurt dışında abonelik sistemiyle gazete alan tüketiciler ödemelerini kredi kartı üzerinden yaptığı için takip edilmesi olanak dâhilindedir. Bunun dışında Zaman Gazetesi aboneleri ile ilgili bilgilerde çok büyük eksiklikler bulunmaktadır.

700 *Zaman Gazetesi Kuruluş sözleşmesi ve denetim standartlarını kabul ederek imzalamasına rağmen gerekli altyapı çalışmalarını tamlayamamıştır. Sonuçta, denetçi firmanın görüşüyle denetlenemez raporu almıştır. Eksikliklerin tamamlanması için kendilerine bir yol haritası sunulmasına ve bunu şifahen kabul etmelerine rağmen bunlara ilişkin hiçbir gözle görülür gelişme gözlenmemiştir. Zaman Gazetesi bununla ilgili yönetsel altyapıya sahip olmadığından ve bu değişikliklerin uzun çaba gerektirmesi nedenleriyle yol haritasına yanıt vermemiştir.”*

710 Konuya ilişkin olarak ABC Türkiye tarafından tiraj denetimini yapmakla yetkilendirilen Güney S.M.M.M.A.Ş. yetkilisi Kıdemli Müdür (.....) ile de görüşülmüş ve kendisinden Zaman'ın ABC Yönetim Kurulu'ndan çıkarılma sürecine ilişkin ayrıntılı bilgi talep edilmiştir. Konuya ilişkin olarak (.....) tarafından daha önce ABC Türkiye yönetim kuruluna sunulan dosya incelenmiş, dosyada söz konusu süreç ile ilgili şu ifadeler yer verilmiştir.

- “Tiraj denetim çalışmalarının başlamış olduğu 1 Haziran 2005 tarihi öncesinde, tüm yayıncılarda olduğu gibi Zaman’da da sistem ve süreçleri tanımaya yönelik çeşitli çalışmalar yürütülmüş bu kapsamda Mart ve Nisan 2005’te Zaman yetkilileriyle birlikte Gazetenin İstanbul matbaasında baskı süreci gözlemlenmiş ve Sürat Kargo’ya ait iki adet abone bürosuna gidilmiştir.
- Yapılan bu çalışmalar sonucunda abone satışlarında ödemelerin tamamına yakın bölümünün elden nakit tahsilât usulü gerçekleştirildiği ve ödemeyi belgeleyen bir belge düzenlenmemesi sebebi ile ödemeyi yapan kişi ile abone arasındaki ilişkinin denetlenmesinin mümkün olmadığı, abone veri tabanının merkezi olmadığı, abonelik bilgilerinin her bir yerel abone bürosu tarafından bağımsız olarak tutulduğu ve abone büroları tarafından kullanılan veri tabanı yazılımlarının ve veri şablonlarının birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir.
- Söz konusu bulgular, 20 Nisan 2005 tarihli mektupla hem ABC YK ile hem de Zaman ile paylaşılmış olup, nakit tahsilatların belgelenmesi ve denetlenebilmesi için tahsilat makbuzu düzenlenmesi gerektiği vurgulanmış ve tahsilat makbuzunda yer alması gereken asgari bilgiler sıralanmıştır. Abone veri tabanının merkezi olmaması ve veri tabanlarında kullanılan şablonların standart olmaması sebebi ile Zaman Gazetesi’nin ABC kuralları çerçevesinde tiraj beyanı yapmaya, dolayısıyla denetime hazır olmadığı, söz konusu eksiklikler giderilmeden denetim raporunun verilemeyeceği Zaman’a iletilmiştir”.

Dosyada yer alan bilgilere göre bu mektubun gönderildiği tarihten Zaman’ın yönetim kurulu üyeliğinden çıkarıldığı tarih olan 22 Şubat 2005’e kadar geçen sürede denetçi firma tarafından Zaman abone büroları ve abone veri tabanı üzerinde yapılan çalışmalarda; abone veri tabanlarının birleştirilmesi ve on-line sisteme geçilmesi, sistemin geçmişe dönük inceleme yapmaya uygun hale getirilmesi, veri tabanında yer alan abonelere ait bilgileri (adres, telefon, abonelik başlangıç ve bitiş tarihleri v.b) ile abonelik ücretlerinin bizzat abone tarafından yapıldığını kanıtlayan bilgi ve belgelerde bir takım eksiklikler tespit edilmiş ve Zaman’a gönderilen muhtelif tarihli mektuplarla bu eksikliklerin giderilmesini talep edilmiş aksi takdirde tiraj denetimi çalışmalarına başlanamayacağı belirtilmiştir. Söz konusu dosyada Zaman Gazetesi’nin yukarıda yer verilen konulara ilişkin önemli bir ilerleme sağlayamadığı ifade edilmektedir.

Yine aynı dosyada Zaman’ın bayi satışlarına ilişkin olarak da denetlemeler yapıldığı ve bu denetlemeler sonucunda Türkiye genelinde çeşitli bayilerde, kurumlar ve bireyler tarafından toplu alımlar yapıldığı, alım yapan bireylerin kapıcı olmadıkları ve bu alımların genellikle öğrenciler tarafından yapıldığı ve Zaman Gazetesi dışında gazete almadıkları ifade edilmiştir. Zaman’ın bayi satışlarında tespit edilen bu hususlar yine muhtelif tarihli mektuplarla hem Zaman yetkililerine hem de ABC Türkiye yönetim kuruluna bildirilmiştir.

Bununla birlikte denetçi firma tarafından Vatan ve Hürriyet Gazetelerine gönderilen 3.8.2005 tarihili iki ayrı yazıda Vatan ve Hürriyet Gazetelerinin her gün belirli miktarlarda kafe ve restoranlara bedelsiz olarak dağıtıldığının tespit edildiği belirtilmiştir. Ancak denetçi firmanın bu konu hakkında ABC Türkiye Yönetim Kurulu herhangi bir bildirimde bulunup bulunmadığı konusunda bir bilgi veya belgeye ulaşılmamış olmakla birlikte, o tarihten sonraki yönetim kurulu toplantılarından konunun gündeme gelmediği tespit edilmiştir.

Dosyada yer alan ve denetçi firma tarafından konuya ilişkin olarak ABC Türkiye Yönetim Kuruluna gönderilen 13.2.2006 tarihli yazının son kısmında;

760 “Denetim şirketi olarak kanaatimiz; (i) söz konusu satışların belirli bir zaman dönemi içerisinde başlaması ve (ii) örneklemin tamamında benzer hususlara rastlanması sebebi ile artışa sebebiyet veren satışların tüketicilere yapılmadığı yönündedir. Bununla birlikte, söz konusu hadiselerin Zaman Gazetesi'nin Yayıncı Şirketi'nin bilgisi ve iradesi dahilinde olup olmadığının tarafımızca değerlendirilmesi mümkün değildir. Ayrıca yapılan çalışmanın örnekleme yöntemine dayanması sebebi ile, söz konusu hususun Zaman Gazetesi'nin toplam tirajına etkisinin belirlenmesi mümkün değildir”

ifadelerine yer verilmektedir.

Yine aynı dosyada yer alan denetçi firma tarafından ABC Türkiye yönetim kuruluna sunulan 21.2.2006 tarihli yazıda;

770 “ A.Abone Veri Tabanına İlişkin Hususlar

Kasım 2005 itibariyle 134.000 abonenin telefon bilgisinin, 182.000 adet abonenin ise ödeme bilgisinin veri tabanında yer almadığı tespit edilmiştir. Veri tabanında yer alan abonelik bilgilerinin elden geçirilerek, bilgilerin Türkiye genelinde standart hale getirilmesi sağlanmalı, her bir abone için eksiklikler giderilmeli ve bilgilerin sürekli kontrol edilerek güncellenmesi sureti ile veri kalitesi artırılmalıdır. Veri tabanında tüm aboneler için ödeme durum bilgisi mutlaka yer almalıdır. Ayrıca denetim programı çerçevesinde abonelik bilgilerinin teyit edilmesi için abone telefon bilgileri veri tabanında yer almalı ve adres bilgilerindeki eksiklikler giderilmelidir.

780 B. Abonelik Satışlarında Yapılan Ödemenin Tüketici ile İlişkinin Denetimi

ABC Türkiye denetim standartları abonelik satışlarında, ödemenin tüketicinin kendisi tarafından gerçekleştirilmiş olmasının denetlenmesini öngörmektedir.

Bu mektup tarihi itibariyle elden nakit tahsilat yapılan aboneler için tahsilat makbuzu düzenlenmesi sistemine geçilmemiş olup, ABC Türkiye Tiraj Denetim Standartları'na uygun olarak denetim çalışmalarının yapılabilmesi için ödemenin abone tarafından yapıldığına dair denetlenebilir bir belge'nin var olması gerekmektedir.

C. Bayi Satışlarının Denetimi

790 Denetim şirketi olarak kanaatimiz; (i) söz konusu satışların belirli bir zaman dönemi içerisinde başlaması ve (ii) örneklemin tamamında benzer hususlara rastlanması sebebi ile artışa sebebiyet veren satışların tüketicilere yapılmadığı yönündedir. Bununla birlikte, söz konusu hadiselerin Zaman Gazetesi'nin Yayıncı Şirketi'nin bilgisi ve iradesi dahilinde olup olmadığının tarafımızca değerlendirilmesi mümkün değildir. Ayrıca yapılan çalışmanın örnekleme yöntemine dayanması sebebi ile, söz konusu hususun Zaman Gazetesi'nin toplam tirajına etkisinin belirlenmesi mümkün değildir.

Sonuç

800 İlerleyen dönemlerde Zaman Gazetesi'nin ABC Türkiye Tiraj Denetim Standartlar çerçevesinde denetlenebilmesi ve olumlu denetim görüşü alabilmesi için tarih ve muhatap detaylarına yukarıda yer verilen müteaddit yazılarımıza ilaveten işbu yazımız ve yukarıda A, B ve C maddelerinde yer alan hususların mutlaka giderilmesi ve yapılacak denetim çalışmalarında bu veya benzeri yeni hususların

tekrarlanmaması gerektiğini bilgilerinize sunar, konu ile ilgili olarak Zaman Gazetesi yönetimine gerekli bilgilendirilmelerin yapılmasını rica ederiz.”

ifadelerine yer verilmektedir.

Yerinde inceleme kapsamında şikâyetçi Zaman Gazetesi yetkilileriyle de görüşülmüş, söz konusu yetkililer aşağıda yer verilen hususları beyan etmişlerdir;

810

“ABC Türkiye’nin “tiraj” tanımı yapma yetkisi yoktur; tanım akademik çalışma sonucu oluşturulmalıdır.

Veri altyapısının eksik olduğu denetim firması tarafından öne sürülmekle birlikte; sahip olduğumuz veri yapısına uygun bir denetleme programı ortaya konulabilirdi. Denetçi firma bizim tüm dağıtım merkezlerimizi dolaştı, bu sırada herhangi bir sorun yaşanmadı. Bayi satışında ortaya çıktığı öne sürülen sorunlar (bir yere toplu gazete verilmesi gibi) bizim toplam satışlarımız içinde önemsiz bir oran olarak kalmaktadır. Bizim satışlarımızın %95’ten büyük bir oranının abonelik satışı olduğu göz önüne alındığında satış rakamlarının bayii satışı aracılığıyla manipüle edilmesi bizim açımızdan da rasyonel değildir.

820

Şu anda BPAWW tarafından tiraj denetimine tabi tutulmaktayız. Bu bir yandan bizim denetlenme konusunda irademizi ortaya koymakta, öte yandan fazladan bir maliyet kalemi oluşturmaktadır. Bu denetim çalışması dünya çapında uygulanan koşullar çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Denetim çalışmasına başlanılmasından önce BPAWW, gazetemizde incelemelerde bulunmuş, işleyişimizi öğrenmiş; bunun dışında herhangi bir önkoşul öne sürülmemiştir.

830

IFABC başkanı Chris Boyd, kendilerinin ABC Türkiye’ye yönetim kurullarını değiştirilmesi ya da kurulların değiştirilmesi konusunda bir yaptırımda bulunamayacaklarını belirtmiş; denetleme işlemini ABC Türkiye’nin tayin etmiş olduğu şirkete yaptırmak zorunda olmadıklarını, IFABC’nin kurucu üyesi ve çeşitli ülkelerde söz konusu denetim işlemini yerine getiren BPAWW’ye bu denetim işlemini yaptırabileceklerini ifade etmiştir.

Tiraj denetimini gerçekleştiren Güney Bağımsız Denetim ve S.M.M.M. A.Ş. tiraj denetimi konusunda yeterli tecrübeye sahip değildir. O nedenle, bizim özgün yapımızla ilgili bir denetim sistemi önerememiştir.

Şu anda MIS sistemimiz çevrimiçi ulaşılabilecek şekilde tüm abonelik bilgilerini, sözleşmeleri ve ödeme bilgilerini içerecek şekilde oluşturulmuştur.

Bize ABC Türkiye’nin Yönetim Kurulu’ndan çıkarıldığımızın tebliğ edildiği yazıda, denetim firması tarafından bize bir yol haritası sunulacağı da belirtilmekle beraber bugüne kadar bize denetçi firma tarafından herhangi bir yol haritası sunulmamıştır.

840

ABC Türkiye’nin bize karşı tarafsız bir tutum ve profesyonel bir yapı sergilemediğini düşünüyoruz. Örneğin, şu anda başkanlık görevini yürüten Yiğit Şardan’ın mevcut kuruluş sözleşmesine göre başkanlık görevini bırakmış olması gerekmez. Bu nedenlerle, bu yapı içerisinde yer alma konusunda şüphelerimiz var: Şu anki yapısında ABC Türkiye sağlıklı işlememektedir, ABC Türkiye Doğan ve Merkez grupları tarafından yönlendirilmektedir. Sağlıklı yapıya sahip bir ABC yapısında biz de bulunmak isteriz.

Yönetim kurulu üyesi olduğumuz dönemde tüm yönetim kurulu toplantılarına katılmış olmamıza rağmen bu toplantılara ilişkin kararlar daha sonra imzaya açılmış ancak bize sunulmamıştır. Dolayısıyla, alınan kararlar altında imzamız

850 yoktur. Ayrıca, toplantılarda dile getirdiğimiz ya da yazılı olarak sunduğumuz itirazlar dikkate ve kayıtlara alınmamıştır. Denetim standartlarının değiştirilmesine ilişkin kararlara katılmamız söz konusu değildir.

Denetçi tarafından 134.000 abonenin telefon bilgisinin, 182.000 adet abonenin ise ödeme bilgisinin veri tabanında yer almadığı ifade edilmektedir. Bu rakamları Güney Bağımsız Denetim ve S.M.M.M. A.Ş.'nin bilgi ve tecrübe eksikliği olduğuna inandığımız bir çalışanı oluşturmuş ve gazetemiz bu rakamlara itiraz etmiştir.

ABC'nin esas kuruluş amaçlarından biri de Doğan ve Merkez grubu arasındaki dengelerin sağlanmasıdır. Bu tür bir denge içinde Zaman Gazetesi gereken özeni görememiştir.

860 ABC yönetiminin Zaman Gazetesi'ni diğer gazetelerden farklı bir şekilde sadece siyasi bir çerçevede algılanması nedeniyle Güney Bağımsız Denetim ve S.M.M.M. A.Ş.'nin yürüttüğü denetim tiraj denetiminden okur denetimine kaymaktadır ve bu bizim okurumuzu rahatsız etmektedir. Dolayısıyla, okurlarımız gazete almaktan imtina etmekte ve ticari kaybımız oluşmaktadır.

ABC Türkiye Yönetim Kurulu'ndan atıldığımız toplantıda toplantı kuralları dışında toplantı salonu dışına çıkarıldık. Biz iyi niyetle toplantı sonuna kadar bekledik fakat sonuçta ABC Türkiye oluşu dışına çıkarıldık. Söz konusu karar bizim katılmamıza izin verilmeyen bir toplantıda alınmıştır.

870 Bizim tiraj rakamlarımız hakkında çıkan haberler bize karşı pazarlık unsuru olarak kullanılmaktadır. Bu haberler öne sürülerek bize daha düşük rakamlar önermektedirler. Şu anda pazarlamacılarımız alana çıkıp reklam toplamaya çalıştıklarında bu tür sorunlarla karşılaşmaktadırlar.

ABC Türkiye denetimi dışında kalmamız ve bu kapsamda yapılan yayınlar imajımızı kötü yönde etkilemektedir. İmajımızı düzeltmek için fazladan çaba (araştırma, tanıtım organizasyonları, davetler gibi) göstermemiz gerekmektedir. Bu bize fazladan maliyet olarak dönmektedir.

880 Tiraj rakamlarının reklamverenler için temel önemi gazetenin gücünün veya prestijinin ana göstergesi oluşturmasıdır. Reklamverenin reklam verirken ilk olarak dikkate alacağı nokta gazetenin tiraj rakamıdır. BİAK ve ABC'nin örnekleme ve çalışma tarzı tamamen farklıdır. Dolayısıyla, BİAK herhangi bir şekilde ABC verilerini kullanmamaktadır."

I.2.4. Ağırlıklı Olarak Abonelik Sistemi ile Satış Yapan Gazetelerin Görüşleri

Yürütülen önaraştırma çerçevesinde ağırlıklı olarak abonelik sistemiyle çalışan Türkiye ve Yeni Şafak gazeteleri yetkilileriyle görüşülmüştür. Türkiye Gazetesi yetkilileriyle 1.3.2007 tarihinde yapılan görüşmede yetkililer tarafından;

- ABC Türkiye'nin, temel olarak iki büyük medya kuruluşunun liderliğinde kurulan bir oluşum olduğu ve bu nedenle katılımcı bir yapıya ve işleyişe sahip olacağı konusunda çeşitli çekincelerinin bulunduğu ve ABC Türkiye'nin kuruluşunda Doğan ve Merkez Grubu dışındaki grupların dikkate alınmadığı,
- Bu nedenle, ABC Türkiye'nin yapısında Başbakanlık'a bağlı olan Basın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Basın İlan Kurumu'nun veya diğer bir kamu kuruluşunun yer almasının daha yararlı olacağı düşünülüyor,
- Bunun yanı sıra ABC'nin güvenilirliği açısından tüm gazete ve dergilerin eşit şekilde temsil edilmesi, aynı gruba bağlı gazetelerin ayrı ayrı oy hakkına sahip

olması yerine grup başına bir oy sahibi olması ve bazı kararların oybirliği ile alınmasının gerekli olduğunun düşünülmesi,

- 900
- Üyelik konusunda ABC Türkiye ile görüşmeler gerçekleştirdikleri ancak gerek ABC'nin yukarıda değinilen yapısı ve abone bilgilerinin paylaşılmasına yönelik çekincelerin bulunması, gerekse öngörülen denetim için gerekli olan altyapıyı sağlama konusunda eksiklerinin bulunması nedenleriyle şu aşamada ABC'ye üye olunmadığı,
 - Diğer yandan, ABC Türkiye'nin oluşumundan sonra teşebbüsün altyapısının ABC Türkiye standartlarıyla uyumlu hale getirmeye çalışıldığı ve birkaç yıl içinde uyum sağlanarak ABC Türkiye'ye üye olma kararının verilmesi durumunda hazır olunmasının planlandığı,
 - Halihazırda bazı reklamverenlerin ABC'ye üye olup olmadıklarını sorduklarını; bu çerçevede, reklam verenlerin taleplerinin de teşebbüsün üyelik kararı açısından belirleyici olacağı,
 - 910 - Bir reklam ajansının teşebbüsün ABC üyesi olmamaları nedeniyle reklam veremeyeceğini ifade ettiği; bunun rekabete aykırı olacağını belirtmeleri ve diğer girişimleri sonucunda bu durum ortadan kalktığı; fakat başka ajansların da bu tür bir uygulamayı tercih etmesi durumunda bunun kendilerine karşı ayrımcılık doğuracağına düşünülmesi

ifade edilmiştir.

2.3.2007 tarihinde Yeni Şafak yetkilileriyle yapılan görüşmede ise, teşebbüs yetkilileri tarafından;

- 920
- Bazı reklâmcılarla yapılan görüşmelerde teşebbüsün ABC Türkiye üyesi olup olmadığı sorulması üzerine üyelik konusunda ABC Türkiye yetkilileri bazı telefon görüşmelerinin olduğu, ABC Türkiye ile ilgili bunun dışında iki taraftan da herhangi bir girişimin olmadığı,
 - ABC Türkiye tarafından ölçülen tirajların sektör tarafından standart olarak kabul edilmesi durumunda teşebbüsün katılmayı düşünmeyeceği,
 - ABC Türkiye'nin, yönetim kurulu oluşumu göz önüne alındığında, temsilde adaleti sağlayan bir yapı sağladığının düşünülmediği,
 - Türkiye'de çok yüksek tiraja sahip olan Zaman gibi bir gazetenin sistem dışında olmasının da teşebbüsün ABC Türkiye'nin güvenilirliği hakkındaki görüşünü olumsuz yönde etkilediği,
 - 930 - Sektörde tiraj denetimine ihtiyaç duyulduğunun düşünülmesi ile birlikte ABC Türkiye'nin bunun için sağlıklı bir yapıyı ortaya koyduğu konusunda şüphelerinin bulunduğu ve ABC Türkiye gibi bir oluşumda sektörün tüm oyuncularının katılmasının temsil açısından daha adil olacağına düşünülmesi,
 - BİAK'ın sonuçlarının daha güvenilir olduğunun ve ABC Türkiye'den daha güvenilir bir örnekleme sahip olduğunun düşünülmesi;
 - Ayrıca, BİAK'ta sektörün tüm oyuncularının temsil ediliyor olmasının da teşebbüsün BİAK'a olan güvenini artırdığı,
 - Teşebbüsün ABC Türkiye'ye üye olmamasının reklâm gelirlerini etkilemediği,

belirtilmiştir.

I.2.5. Tiraj Denetim Bedeline İlişkin Tespitler

- 940 Dünya çapındaki tiraj denetim uygulamalarına bakıldığında, açıklanan tiraj rakamlarının Tiraj Denetim Kurulu benzeri kuruluşlarca yetkilendirilmiş birçok denetim firması eliyle yürütüldüğü görülmektedir. Örneğin, Zaman Gazetesi Stratejik Destek ve Denetim Direktörü Orhan AZİZOĞLU'na ABC Birleşik Krallık ve İrlanda firması tepe yöneticisi (CEO) Chris BOYD tarafından gönderilen elektronik postada firma tarafından 80 denetim firmasının yetkili kılındığı ve bu firmaların hazırladığı denetim raporlarının kabul edildiği belirtilmektedir. Oysa ülkemizde ABC Tiraj Denetim Kurulu tarafından Ernst&Young tiraj denetimi için tek yetkili olarak tespit edilmiştir. Bunun sonucunda oluşan denetim ücretlerinin küçük firmaların sistem dışında kalmasına neden olacağı öne sürülmektedir.
- 950 ABC Türkiye ve Ernst&Young'ın anılan yazılarında, yıllık ücretin %85'inin gazeteler tarafından %15'inin ise dergiler tarafından karşılandığı, ücretin yayınlar arasında dağıtılmasında ise tiraj rakamlarının esas alındığı belirtilmiştir. Dolayısıyla her bir yayın için katılım bedeli, yayının türü ve tiraj rakamları çerçevesinde belirlenmektedir. Bu çerçevede, Tiraj Denetim Sözleşmesi'ne göre (.....) ABD Doları ((.....)ABD Doları+KDV) olarak karşılaştırılan denetim ücretinden Zaman Gazetesi'nin payına (.....) ABD Doları düştüğü anlaşılmaktadır. Öte yandan, ABC Türkiye yönetim kurulu üyeliğinden çıkarıldıktan sonra Zaman Gazetesi'nin BPAWW yaptığı anlaşmaya göre Zaman Gazetesi'nin tiraj denetimi BPAWW tarafından (.....) ABD Doları bedel karşılığında gerçekleştirilmektedir.
- 960 ABC Türkiye'nin denetim maliyetlerinin yüksek olduğu yönündeki iddiaya ilişkin soruya verdiği yanıt, denetim firmasının ve denetim ücretinin belirlenmesi konusunda açıklayıcı olacaktır. ABC Türkiye'nin 12.3.2007 tarih ve 1919 sayılı Kurum kayıtlarına giren belgedeki yanıtı şu şekildedir:
- “... Denetim Kurulu'nun başlangıç aşamasında ülkemizdeki koşullara ve IFABC temel ilkelerine uygun bir denetim standartları ve prosedürü üzerinden, tiraj denetimi alanında uluslararası deneyimi olan 3 denetçi firmaya çağrıda bulunulmuş, bunlardan birinin çekilmesi sonucu en uygun teklifi veren Ernst and Young firması ile çalışma kararı alınmıştır.*
- ... İngiltere'de yapılan denetim ile ABC Türkiye'nin denetimi gerek kapsam gerek nitelik açısından çok farklı olmak zorundadır. Her ülke kendi iç koşulları sonucu, diğer ülkelerden farklı denetim riskleri doğurmaktadır. Öncelikle Türkiye'de denetlenenler yayıncıların sahibi olduğu dağıtım şirketleridir. Bu organik ilişki başbaya ve bayi ağlarına kadar gücünü hissettirmektedir. O nedenle denetimin daha kuşkucu davranarak ve satış noktalarına kadar sahaya yayılarak yapılması zorunludur. Türkiye'deki denetim maliyetinin önemli kısmı saha – bayi – son satıcı denetiminden kaynaklanmaktadır. Bir diğer önemli olan nokta denetim maliyetinin denetimin kalitesi ile doğrudan ilgili olmasıdır. Doğru ve ciddi yapılmayan bir denetim bütün projeyi güvenilmez kılacağından boşa harcanmış bir gider sayılmalıdır.”*
- 970
- 980 Bunun yanında, Ernst &Young tarafından gönderilen ve 6.3.2007 tarih ve 1661 sayılı Kurum kayıtlarına giren yazının “Denetim Risklerinin Belirlenmesi ve Bayi Satışlarının Denetiminin Karşılaştırılması” başlıklı bölümünde Türkiye'de gazete ve dergilerin önemli bir kısmının Ciner ve Doğan Grupları bünyesinde bulunduğu; söz konusu grupların bünyesinde yayıncı şirketler, basımevleri ve dağıtım şirketlerinin yer aldığı; ayrıca her dağıtım şirketinin altında o dağıtım şirketi ile çalışan ve diğer gruba hizmet vermeyen başbaya organizasyonun bulunduğu belirtilmiştir. Ayrıca, grupların

990 dağıtım şirketlerinin kendi gruplarına bağlı yayınların haricindeki yayınların da dağıtımını gerçekleştirdiği eklenmiştir. Dolayısıyla, gruplarla herhangi bir organik bağı olmamasına rağmen başbayiler üzerinde yayıncılar ve dağıtım şirketlerinin etkisinin olabileceğinin denetim kalitesi açısından bir risk oluşturduğu belirtilmektedir. Yazının devamında, yukarıda belirtilen nedenlerin Türkiye’de bayi satışları ile ilgili olarak daha geniş kapsamlı çalışmaların yapılmasını gerekli kıldığı ve belirlenen risklerin bertaraf edilmesi amacıyla ek denetim adımlarının uygulandığı ifade edilmiştir.

Bunlara ek olarak sektör yapısı hakkında hâlihazırda Türkiye’de sekiz gazetenin abonelik sistemiyle okuyucularına ulaşmakta olduğu ve abonelik sistemiyle çalışan gazetelerin toplam tirajının, toplam günlük gazete tirajının yaklaşık %20’sine denk geldiğini de belirtmek gerekmektedir. Türkiye’de satışların dağılımındaki bu durum, gazete ve dergi satışlarının ağırlıklı olarak abonelik sistemine dayandığı Avrupa’dan farklılık göstermektedir.

1000 Öte yandan, ABC Türkiye, 12.3.2007 tarih ve 1919 sayı ile Kurum kayıtlarına giren belgede, belli bir tiraj sayısının altındaki yayınlar için özel indirimle bir tarife ya da tek bir fiyat uygulamasının ABC Türkiye’ye katılımı artıracak kanısında olduklarını ve bu doğrultuda 20.000’inin altında tiraja sahip gazeteler için sabit fiyat belirlenmesi için denetçiden teklif alınması yönünde 11.1.2007 tarihinde yönetim kurulu kararı aldıklarını bildirmişlerdir.

1010 Konuyla ilgili, Ernst&Young tarafından gönderilen 6.3.2007 tarih ve 1661 sayı ile Kurum kayıtlarına giren yazıda, 11.1.2007 tarihinde kendilerine ABC Türkiye Yönetim Kurulu tarafından tirajı 25.000’den düşük olan gazetelerin denetimi için genel bir fiyatın talep edildiği ve kendilerinin gazete başına yıllık (.....) ABD Doları+KDV teklif ettiği belirtilmektedir.

J. DEĞERLENDİRME

J.1. Yayıncılık Piyasasında Rekabet ve Tiraj Denetimi İlişkisi

1020 Reklamcılar Derneği verilerine göre 2005 yılında 2.997.000.000 YTL büyüklüğünde olan Türkiye reklâm pastasından süreli yayınlar 890.000.000 YTL’lik bir pay almıştır. Bu rakam, reklâm pastasında %38’le en büyük paya sahip olan televizyondan sonra %29,7’lik bir paya denk düşmektedir. Öte yandan, 2005 yılında süreli yayınlarda oluşan reklâm gelirindeki büyüme bir önceki yıla göre %26,8 olarak ölçülmüştür. Rakamlar, reklâm gelirlerinin ve dolayısıyla bu gelirin paylaşılmasında tiraj bilgilerinin basın sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsler açısından önemini ortaya koymaktadır.

1030 Reklâmverenlerin farklı reklâm mecraları arasında ya da aynı mecra içinde tercihlerini yapmalarında öne çıkan faktörler arasında mecranın ulaştığı kişi sayısı, ulaştığı zaman dilimi, ulaştığı mekân gibi unsurlar sayılabilir. Bu bağlamda, reklâm mecrası niteliğindeki gazete ve dergiler başta olmak üzere reklâm mecrası niteliğindeki süreli yayınların tiraj rakamların ortaya konulmasındaki temel amaç, tiraj rakamlarından iadeler veya başka sebeplerden oluşan yanıltıcı unsurların ayıklanması ve dolayısıyla doğru ve güvenilir tiraj bilgilerine ulaşılmasıdır. Bu bakımdan, tirajların ölçülmesiyle, süreli yayın mecrasını kullanacak olan reklâmverenlerin bu mecradaki kullanım tercihleri yapmalarındaki en önemli analiz ve planlama unsurlarından biri olan tiraj rakamlarının doğru ve tarafsız biçimde ortaya konması sağlanacaktır. Böylelikle, hem reklâmverenler hem de yayıncı teşebbüsler gerek reklâm bütçeleri gerekse yayınladıkları mevkuhte hakkında sağlıklı değerlendirmeler yapabileceklerdir.

Reklâm gelirlerinin gazeteler için önemi ortadayken ve reklâmverenlerin mecra içi tercihlerinde denetlenmiş tiraj rakamlarının tarafsız bir rekabet zemini oluşturduğu bilinirken, herhangi bir gazetenin reklâmverenleri gazetesine reklam vermeye ikna etmek için yaptığı rekabette tiraj denetiminin dışına çıkarılması o gazetenin önemli bir gelir kaynağını oluşturan reklâm gelirlerinin olumsuz etkilenmesi sonucunu doğuracağı düşünülmektedir.

1040 Fransa Cumhuriyeti Rekabet Konseyi tarafından, 20.12.2006 tarih ve 06-D-40 sayılı kararına konu olan dosyada, Dergi Sektöründe Okuyucu Etütleri Birliği³ (AEPM) tarafından yapılan okur sayısı ölçümlerinde, yeni dergilerin kabulüne ilişkin şartların prensip olarak ücretsiz dağıtılan dergileri kapsamamasına yönelik bir şikayeti incelemiştir. Kararın “Ortaya Konan Uygulamaların Başlangıç Değerlendirmesi” başlıklı kısmında:

1050 “... Dosyadan sorumlu raportör, anket esnasında elde edilen bilgilerin dergi basımına ilişkin kitle ölçüm piyasasında, verileri medya ajanslarının kampanyalarına ait planlarını belirlemede kullandığı veri tabanına sistematik olarak katılan AEPM anketinin, referans anket olduğunun doğrulandığını vurgulamaktadır. Bunun sonucu olarak, AEPM anketlerinde yer almayan dergiler medya planlarına da girememekte ve ilgili reklâm kaynaklarına ulaşamamaktadırlar. Dolayısıyla bu incelemeye dahil edilmeyi, objektif ve şeffaf olmayan veya ayrımcılık içeren şartlara bağlamak [Fransız] Ticaret Kanunu'nun ... maddeleri kapsamında değerlendirilmelidir. ”

ifadelerine yer verilmektedir. Dosya AEPM'nin anket yönetmeliğinde Rekabet Konseyi'nin onayladığı değişiklikleri yapmayı taahhüt etmesi ve bu taahhütlerin zorunlu kılınmasıyla sonlandırılmıştır.

J.2. Menfi Tespit Belgesi Verilen Denetim Standartları ve Kuruluş Sözleşmesindeki Değişikliklere İlişkin Değerlendirme

1060 11.3.2005 tarih ve 05-14/160-57 sayılı Rekabet Kurulu kararı ile Menfi Tespit Belgesi verilen ABC Tiraj Denetleme Kurulu'nun Kuruluş Sözleşmesi ve onun ayrılmaz bir parçasını oluşturan Denetim Standartları'nda meydana gelen değişiklikler ilgili tespitlere yukarıda değinilmiştir. Bu bölümde bu değişiklikler hakkındaki değerlendirmeye yer verilecektir.

1070 **Abonelik Bedelinin Bizzat Abone Tarafından Ödenmesi:** Bu yöndeki düzenleme Temmuz 2004 tarihli denetim standartlarında “ *Tüketici (abone), abone olunan yayının bedelini ödemiştir.*” şeklinde yer almaktadır. Denetçi firma bu maddenin uygulamasının, ödemenin bizzat abone tarafından yapılması mı yoksa yalnızca ödemenin yapılmış olmasının yeterli olduğu şeklinde mi yorumlanacağı konusunda açıklama istemiş kendi teknik görüşlerinin ödemenin yapılmış olmasının yeterli olduğu, ödemenin bizzat abone tarafından yapılmasına gerek olmadığı yönünde olduğunu belirtmiştir.

Yine denetçi firma Ernst&Young'ın Sorumlu Ortak – Başdenetçisi (.....) tarafından ABC Türkiye Yönetim Kurulu'na hitaben yazılan 11.4.2005 tarihli mektupta;

“Sürdürmekte olduğumuz ön çalışma esnasında görmüş olduğumuz yayıncı ve dağıtım şirketleri yetkililerinden, denetim çalışması esnasında yürütülecek prosedürlere ilişkin çeşitli beklentiler tarafımıza aktarılmıştır. Tarafımıza

³ AEPM'nin faaliyet alanı ABC Türkiye'nin faaliyet alanı ile örtüşmektedir.

1080

aktarılan bu beklentilerden bazıları, hâlihazırda üzerinde çalışmakta olduğumuz denetim planında yer alıyor olmakla birlikte, talep edilen bazı prosedürlerin denetim çalışmamız kapsamında olması tarafımızdan mümkün görülmemektedir. Bu hususları özetlemek gerekirse:

- Son satıcı vasıtası ile yapılan satışların gözlemlenerek, özellikle aynı yayından birden fazla adet alım yapanların tespit edilerek, bunlar içerisinde tüketiciye ulaşmayan alımların tespit edilmesi,
- Özellikle abonelik satışlarında ilgili ödemenin birebir abone (tüketici)'nin kendisi tarafından gerçekleştirilmiş olmasının, tespit edilmesi

1090

İlgili prosedürlerin denetim çalışmamız kapsamında yer almasının, söz konusu konular üzerinde istatistikî örnekleme yolu ile denetim güvencesi kurularak, görüş oluşturulmasının mümkün olmaması ve söz konusu hususların denetlenebilir niteliğinin bulunmaması sebebi ile tarafımızdan mümkün görülmediğini tekrar vurgulamak isteriz.”

ifadelerine yer verilmiştir.

Denetçi firmanın bu görüşlerine rağmen, ABC Türkiye'nin her iki konuda da, en azından Zaman Gazetesi'nin tiraj denetimi dışında tutulmasına kadar ısrarcı olduğu, Ernst&Young'ın ABC Türkiye Yönetim Kurulu'na yazdığı mektuplardan ve Denetim Standartları'ndaki değişikliklerin kronolojisinden anlaşılmaktadır.

1100

Bununla birlikte, İngiltere örneğinde ödemenin abonenin kendisi ya da üçüncü kişiler tarafından ödenebileceği yönünde Ernst&Young'ın görüşünü destekler bir düzenleme bulunmaktadır. Buna rağmen, ABC Türkiye tarafından bu görüş Denetim Standartları'nın Mayıs 2005 ve Haziran 2005 versiyonlarında yer almamış, Ekim 2005 versiyonunda sadece 2 kişiye hediye abonelik verme hakkı tanınmıştır.

1110

Abonelik bedelini ödeyen kişi ile yayının ulaştığı kişi arasında kurulacak istenen bu türden bir bağın “reklam mecrası niteliğindeki süreli yayınların tiraj rakamlarını tek çatı altında ve tarafsız biçimde denetleyerek oluşturmak, bu konuda karşılaştırılabilir onaylı belgeler hazırlamak” şeklindeki ABC Türkiye'nin kuruluş amacıyla da bağdaşmadığı düşünülmektedir. Kaldı ki kredi kartı veya otomatik ödeme talimatı dışında elden yapılan tahsilâtlarda abonenin bizzat kendisinin, tahsilat görevlisinin tahsilat için geldiği saatte hazır bulunması her zaman ve her abone için mümkün olmayabilecek bir durumdur.

1120

Denetim standartlarına ve mevcut uygulamaya göre bayilerden yapılan bütün satışların doğrudan tüketiciye yapıldığı kabul edilmekte ve bayiden alımlarda yayını alan ile parasını ödeyenin aynı kişi olup olmadığına ilişkin bir sorgulama yapılmamaktadır⁴. Bayi satışlarında uygulama bu yönde iken abonelik satışlarında abone ile ödemeyi yapan kişinin mutlak suretle aynı olması gerektiği yönündeki mevcut uygulama ağırlıklı olarak abonelik sistemi ile satış yapan yayıncılar ile bayi üzerinden satış yapan yayıncılar arasındaki rekabeti bozabilecek niteliktedir.

ABC Türkiye Denetim Projesi Toplantı Notu başlıklı 06.06.2006 tarihli yazıda (Yönetim Kurulu toplantısında) *National Geographic* dergisinin Türkiye Eczacılar Birliği ile ortak yürütmüş olduğu ücretin abone tarafından ödenmediği abonelik kampanyası satışlarının tiraja dahil edilmesinin kabul edilmesi şu gerekçelere bağlanmıştır:

⁴ Ancak bayi satışlarına ilişkin yapılan tespitler kısmında da yer verildiği üzere denetim standartlarındaki, bayi satışlarının tümü tiraj olarak kabul edilir şeklindeki maddeye aykırı olarak Zaman Gazetesi'nin bayi satışlarına ilişkin ek bir takım incelemeler yapılmaktadır.

- Yayının içeriğinin hedef kitle ile uyum göstermesi,
- Dergi bedelinin nakden ödenmesi,
- Kampanyanın süreklilik arz etmesi, bir seferlik bir uygulama olmaması,
- Abonelerin kimliklerinin bilinmesi ve denetlenebilmesi,
- Kampanyanın sağladığı tirajın, toplam tirajın makul bir kısmını oluşturması.

1130 Örnekte hediye abonelik satışlarından oluşan rakamın Denetim Standartları'ndaki aksi yönlü düzenlemeye rağmen yönetim kurulu kararıyla tirajdan sayıldığı anlaşılmaktadır. Denetim Standartları'nın B.3.3 Kurumlara Toplu Satışlar bölümünde olduğu gibi, bazı durumlarda Denetim Standartları kapsamında tirajdan sayılmayan satışların tiraj rakamına dahil etme yetkisi Yönetim Kurulu'na verilebilmektedir. Fakat National Geographic dergisi örneğinde Yönetim Kurulu, kendi getirdiği B.3.2(f) maddesindeki *"Bireylerin, aynı yayın için, eğer varsa kendi abonelikleri dışında en fazla iki kişiye kadar hediye etmiş olduğu abonelikler (B.3.2 yer alan abonelik kriterlerini yerine getirmeleri şartı ile) tirajdan sayılır"* şeklindeki düzenlemeye, bu konuda bir Kuruluş Sözleşmesi veya Denetim Standartları'nda verilen bir yetkisi olmamasına rağmen bir istisna getirmiştir. Kuruluş Sözleşmesi 6.B.c maddesinden de anlaşılacağı üzere "Yönetim Kurulu, her yıl en az bir kez mevcut sözleşme ve denetim standartlarını gözden getirir ve değişiklik yapılması gereken hususları tespit eder". Bu noktada, örneği önemli kılan Yönetim Kurulu'nun böyle bir yetkiye sahipken bunu kullanmayarak keyfi bir karar alması ve durumun tirajın nesnel ve karşılaştırılabilir olması yönündeki ABC Türkiye'nin kuruluş amacıyla çelişmesidir. Çünkü bu tür keyfi uygulamalar karşılaştırılabilir ve sürekliliğe sahip standartların oluşması önünde engel oluşturmakta ve dolayısıyla ABC Türkiye ve uygulamalarının güvenilirliği hakkında kuşku uyandırmaktadır.

1150 **Bir Adrese Birden Fazla Yapılan Aboneliklerin Tiraj olarak Sayılmayacağı:** Bir adrese birden fazla yapılan abonelik satışları ile bir şahıs adına ikiden fazla yapılan abonelik satışlarının tirajdan sayılmayacağı şeklindeki düzenleme hakkındaki soruya, ABC Türkiye; *"insanların topluca bulunduğu ya da çalıştığı kuruluşlar dışında, örneğin konutlarda ikiden fazla gazetenin satın alınması hayatın olağan akışına uygun düşmeyeceği"* cevabını vermiştir. Konuya ilişkin yapılan bu açıklama makul olarak görülmele birlikte ilgili maddenin mevcut halinde bu tür bir açıklamaya yer verilmemiş, bu kural bütün adresler için geçerli kılınmıştır. İnsanların topluca bulunduğu veya çalıştığı (işyerleri, kamu kuruluşları v.b) adreslerde bulunan farklı kişilere ait bireysel aboneliklerin yalnızca birinin tiraj olarak kabul edilmesinin objektiflik ve eşitlik kriterlerine aykırı olduğu ve bayi satışları ile abonelik satışları arasında ayrımcılık oluşturabilecek bir uygulama olduğu kanaatine varılmıştır.

1160 **Asgari Abonelik Süresi:** Altı aylık bedeli peşin ödenmiş abonelikler dışında, gazetelerde bir, dergilerde üç ayı tamamlamayan aboneliklerin tirajdan sayılmayacağı yönündeki, örnek alınan İngiltere'nin Ulusal Gazeteler İçin Denetim Standartları'nda da bulunmayan, düzenleme adil değildir. Şöyle ki, abonelik bedelinin nakden, kredi kartıyla veya kredi kartıyla vadeli olarak ödenmesi yönünde bir düzenleme mevcuttur bu nedenle abone olabilmek için, bedelin zaten belirtilen şekilde ödenmesi gerekmektedir. Kişiler tarafından bedeli ödenerek abone olunan bir yayının alınmaması gibi bir durum düşünülemez.

Öte yandan, bayilerden bedeli ödenerek alınan yayınlar hiçbir ayırım gözetmeksizin tirajdan sayılırken, zaten bedeli ödenmiş bir aboneliğin tirajdan sayılabilmesi için bir

1170 de belirli bir süre beklemek bayi satışları ile abonelik satışları arasındaki eşitliği ve rekabeti bozabilecek bir durumdur.

Kurumlara Toplu Satışlar: Kurumlara yapılan satışlara ilişkin getirilen, yayıncılar tarafından beyan edilecek kurumlara toplu satış adedi ilgili beyanda yer alan toplam net satış adedinin %5'ini aşamayacağı, toplam net satış adedinin %5'i aşan kısmının tirajdan sayılmayacağı yönündeki düzenlemedeki eşğin İngiltere örneği ile karşılaştırıldığında çok düşük kaldığı görülmektedir. Bu da, örneğin abonelik yoluyla satış yapan ve satışlarının çoğu kurumsal müşterilere olan bir yayının tirajın, satışların nasıl bir alıcı grubuna yapıldığına dikkat edilmeden tiraj rakamı dışında bırakılmasına neden olacaktır. İngiltere uygulamasında olduğu gibi; abonelerin gruplandırılarak, her bir grup için satışların ne kadarının tirajdan sayılacağı belirtilmesi ve her grubun tiraj rakamı ortaya konması daha eşitlikçi bir uygulama olarak değerlendirilmektedir.

1180 Kurumlara toplu satışlar ile ilgili bir diğer önemli husus da kurumlara toplu satışlar ile kurumsal aboneliklerin özdeş ve türdeş olduğunun kabul edilmesidir. Temmuz 2004 tarihli denetim standartlarında yer alan kurumlara toplu satışların kurumsal abonelikleri kapsamadığı yönündeki madde daha sonra değiştirilmiş ve kurumlara toplu satışlarla kurumsal aboneliklerin aynı olması kabul edilmiştir.

1190 Bu uygulama ile abonelik sistemi ile satış yapan dolayısıyla abonelerine ilişkin bilgilere dayanılarak hangi abonelerin bireysel hangilerinin kurumsal olduğu tespit edilebilen yayıncılar ile bayi üzerinden satış yapan yayıncılar arasındaki rekabeti, söz konusu kurumsal abonelerin kurumlara toplu satış olarak nitelendirilemeyecek derecede düşük sayıda olan aboneliklerinin limiti aşan kısmının tiraj olarak kabul edilmemesi nedeniyle negatif yönde etkileyebilecek bir husustur.

Nitekim, konuyla ilgili Reklamcılar Derneği Yönetim Kurulu Hukuk Danışmanı Çetin ZİYLAN, ABC Türkiye Yönetim Kurulu başkanı Yiğit ŞARDAN'a gönderdiği "ABC hakim durum Zaman Gazetesi" konulu e-postada kurumlara yapılan toplu satışlar ile kurumsal abonelik satışlarının özdeş ve türdeş olduğu yönündeki halihazırda da yürürlükte bulunan Denetim Standartları'nın B.3.2(e) maddesi hakkındaki görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

1200 *"Diğer gazete ve dergilerin 'kurumlara toplu satış' olarak nitelenen satışları ile Zaman gazetesinin 'kurumsal abonelik' satışlarının özdeş ve türdeş olduğu Denetim Standartlarının B.3.2 maddesinin son paragrafında kabul edilmiştir. Bu kabul, yayıncı kuruluş olarak sözleşmenin taraflarından olan Doğan Yayın grupları ile Zaman gazetesini "eşit durumdaki alıcı" konumuna getirmektedir.*

Böyle olunca da Zaman gazetesi ile diğerleri arasında haklar açısından (toplu satışların tirajdan sayılıp sayılmayacağı ölçütlerinde) farklı koşullar konması ayrımcılık yaratacak, aynı zamanda tirajı pazarlamasında kullanırken rakiplerine göre faaliyetleri zorlaşacaktır. Bu da Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesine aykırılık teşkil edecektir.

1210 *Rekabet Kurumu'nun bir şikâyet halinde konuyu bu biçimde yorumlayacağını düşünüyorum.*

Her iki satışın özdeş ve türdeş olduğunu sözleşmeye koymasaydık bu kadar kesin bir sonuca mahkûm kalmazdık."

Görüldüğü gibi bu maddenin ağırlıklı olarak abonelik yoluyla satış yapan yayıncıların aleyhine bir durum teşkil edeceği görüşü Reklamcılar Derneği Danışmanı tarafından

da kabul edilmiş ve bu husus ABC Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı ile de paylaşılmıştır.

1220 Abonelik sistemiyle ilgili değişikliklere genel olarak bakıldığında, değişikliklerin Ernst&Young'ın Zaman Gazetesi'nde yaptığı incelemelerin hemen ardından geldiği gözlemlenmektedir. Örneğin, Denetim Standartları'nın Temmuz 2004 versiyonundan sonraki ilk iki versiyon olan Mayıs ve Haziran 2005 değişiklikleri Ernst&Young'ın Zaman Gazetesi'nde Mart-Nisan 2005 yaptığı ilk incelemelerin hemen sonrasına denk gelmektedir. Benzer şekilde, Ekim 2005 değişiklikleri ise Ernst&Young'ın Eylül-Ekim ayında Zaman Gazetesi'nde yaptığı incelemelerin hemen ardından gelmektedir.

Kurum kayıtlarına giren Denetim Standartları'nın son versiyonu olan Ocak 2007 versiyonunda abonelik ile ilgili hiçbir değişikliğin yapılmaması ve Zaman Gazetesi'nin bu sırada tiraj denetimi dışında olması da dikkat çekmektedir. Ayrıca getirilen değişiklikler her zaman Ernst&Young'ın önerileriyle paralel olmamakta kimi zaman daha ağır koşulları da (ödemenin kim tarafından yapılacağı konusunda olduğu gibi) içerdiği görülmektedir.

1230 ABC Türkiye'nin abonelik sistemine ilişkin yukarıda değerlendirmelerine yer verilen karar ve uygulamalarının ağırlıklı olarak abonelik sistemiyle çalışan yayıncılar ile ağırlıklı olarak bayi üzerinden satış yapan yayıncılar arasındaki rekabeti bozucu etki yapabilecek niteliktedir.

J.3. Zaman Gazetesi'nin Piyasadaki Faaliyetlerinin Zorlaştırıldığı İddiasına İlişkin Değerlendirme

1240 İlgili ürün pazarı başlığı altında da değinildiği üzere medya piyasaları gibi çift taraflı yapı arzeden piyasalarda, firmanın bir pazardaki faaliyetlerindeki aksaklık o firmanın diğer pazardaki faaliyetlerini de etkilemektedir. Gazete yayıncılığı piyasasında yayıncı bir teşebbüsün gazetenin satışından elde edilen gelirler ve gazeteye alınan reklam ve ilan gelirleri olmak üzere iki temel gelir kaynağı bulunmaktadır. Gazeteye verilecek reklam ve ilanların fiyatları dolayısıyla gazetenin gelirleri ise gazetenin tirajı ile doğrudan ilişkilidir. Diğer bir deyişle teşebbüsün gazete satışı pazarında gösterdiği performans o teşebbüsün reklâm ve ilan gelirlerini nihai olarak da toplam cirosunu ve karını belirleyen en temel unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

1250 Türkiye'de daha önce dağıtım şirketleri tarafından münferit olarak açıklanmakta olan tiraj rakamları, mevcut durumda, sisteme dahil olan yayınların kendilerinin beyan ettikleri tiraj rakamlarının ABC Türkiye tarafından denetlenmesi sonrasında ve birer aylık dönemlerde denetlenmiş doğru tirajlar olarak kamuoyuna duyurulmaktadır. ABC Türkiye, Türkiye yazılı basın piyasasındaki toplam tirajın %70'inin kendileri tarafından denetlendiğini ifade etmektedir.

Tespitler bölümünde de ayrıntılı bir şekilde yer verildiği üzere;

- Abone veri tabanında abone bilgilerine ilişkin bazı eksiklikler bulunduğu,
- Abone ödemelerinde ödemenin bizzat abone tarafından yapıldığının kanıtlanamadığı,
- Bayilerden toplu alımlar yapıldığı ve bu alımların tüketiciye yapılmadığına kanaat getirilmesi

1260 nedenlerinden dolayı Zaman'ın denetlenmesinin mümkün olmadığına ve denetlenebilir en yüksek tirajlı bağımsız yayıncı sıfatını kaybetmesi nedeniyle 22.2.2006 tarihinde ABC Türkiye yönetim kurulu üyeliğinden çıkarılmasına karar verilmiştir.

Zaman Gazetesi'nin abone veri tabanına ilişkin olarak denetçi firma tarafından yapılan incelemelerde, Kasım 2005 itibariyle 134.000 abonenin telefon bilgisinin, 182.000 adet abonenin ise ödeme bilgisinin veri tabanında yer almadığı tespit edilmiştir. Ancak Zaman Gazetesi yetkilileri bu rakamların denetçi firmanın bilgi ve tecrübe eksikliği olduğuna inandıkları bir çalışanı tarafından oluşturulduğunu ve kendilerinin bu rakamlara itiraz ettiklerini, veri altyapısının eksik olduğu denetim firması tarafından öne sürülmekle birlikte; sahip oldukları veri yapısına uygun bir denetleme programının ortaya konabileceğini belirtmişlerdir.

1270 Ortada Kasım 2005 tarihinde Zaman Gazetesi'nin abone veri tabanındaki bilgilere ilişkin iki farklı iddia bulunmaktadır. Ancak mevcut durumda bu iki iddianın doğruluklarının tespit edilmesi mümkün görünmemekle birlikte o tarihlerde Zaman tarafından tutulan merkezi bir veri tabanı bulunmadığı (Zaman yetkilileri *şu anda* abone veri tabanı sisteminin tüm abonelik bilgilerini, sözleşmeleri ve ödeme bilgilerini içerecek şekilde düzenlemeyi tamamladıklarını ifade etmişlerdir) ancak denetçi firmanın da bu tür bir altyapı üzerinde çalışabilme konusunda bazı tecrübesizlikleri olduğu düşünülmektedir.

1280 Denetim standartlarında yapılan değişikliklere ilişkin değerlendirmede de yer verildiği üzere ABC Türkiye yönetimi, Kurul'un ABC Türkiye'nin kuruluşuna menfi tespit belgesi verdiği tarihte yürürlükte olan denetim standartlarında özellikle abonelik sistemine ilişkin bir takım değişiklikler yapmıştır. Yapılan bu değişiklikler ve neticesinde ortaya çıkan uygulamalar genel itibariyle abonelik sistemi ile satış yapan yayıncılar ile bayi üzerinden satış yapan yayıncılar arasındaki rekabeti olumsuz yönde etkileyebilecek bir durum ortaya çıkarmıştır.

1290 Bununla birlikte denetim standartlarında abonelik ücretinin abonenin kendisi tarafından ödenmesine dair madde değiştirilmemiş olmakla birlikte, denetçi firma yetkilileri bu yönde bir uygulamaya gerek olmadığı abonelik ücretinin ödenmiş olmasının yeterli olduğu yönünde iki ayrı görüş bildirmiş ancak ABC Türkiye yönetimi denetim standartlarını oluştururken referans aldığı iddia ettiği ABC İngiltere denetim standartlarında bulunan bu hususa ilişkin maddeye de ters düşen söz konusu uygulama konusunda ısrarcı olmuş, son olarak da bu hususu Zaman'ın denetlenememesi ve dolayısıyla ABC Türkiye yönetim kurulundan çıkarılması kararına dayanak olarak göstermiştir.

Bu karara dayanak olarak gösterilen bir diğer husus ise Türkiye genelinde bazı son satış noktalarından bireyler ve kurumlar tarafından (öğrenci yurtları v.b.) toplu halde Zaman Gazetesi alındığının tespit edilmesi ve bu alımların okuyucular tarafından yapılmadığı kanaatinin oluştuğu hususudur.

1300 Denetim standartlarında bayi satışları ile ilgili olarak tek bir madde bulunmakta ve bu maddeye göre de bayilerden yapılan tüm satışlar tiraj olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'de özellikle kapıcılar, işhanı, pasaj ve şirket görevlileri tarafından bayilerden toplu halde gazete alımı yapılması günlük hayatta sıklıkla karşılaşılan yaygın bir uygulamadır. Ancak ABC Türkiye tarafından şimdiye kadar olan sürede bu tür toplu satın almalara ilişkin olarak denetim standartlarına uyulmadığı gerekçesiyle herhangi bir tespit ve işlem yapılmamıştır. Çünkü ABC Türkiye, yaygın olarak görülen bu tür satın almalarda okuyucuların gazete ücretini kapıcı veya görevliye vererek onlar adına gazete almasını istediğini, dolayısıyla söz konusu satışların tüketiciye yapıldığını zımnen kabul etmektedir.

Ancak, ABC Türkiye, Zaman'ın bazı şahıslar ve öğrenci yurtları tarafından toplu halde satın alınması hususunda yukarıdaki zımni kabulün tam tersi bir durum

1310 sergilemekte, toplu alım yapan şahısların, örneğin gazeteyi bir yurttaki öğrenciler adına aldığını söyleyen şahısların da söz konusu öğrencilerden parasını alarak - kapıcı veya iş hani görevlisi örneğinde olduğu gibi- onlar adına alım yapmış olma durumunu/ihtimalini göz ardı ederek bu satışların tüketiciye yapılmadığı kanaatine ulaşmakta ve bu hususu, Zaman'ın denetlenememesi ve ABC Türkiye yönetim kurulu üyeliğinden çıkarılmasının dayanaklarından biri olarak göstermektedir.

1320 Zaman'ın bayi satışları konusunda, ABC Türkiye tarafından sergilenen bu tutumun ve satışların tüketiciye yapılmadığına dair oluşturulan kanaatin, ABC Türkiye'nin asıl kuruluş amacı olan tiraj denetimi sınırlarını aşarak daha çok okur denetimi anlamına gelebilecek bir uygulama olduğu, kapıcı ve işhane görevlisi örneği dikkate alındığında bu uygulamanın objektiflik/eşitlik kriterlerine ve bayi satışlarının tamamının tiraj olarak değerlendirilmesi gerektiğini karara bağlayan denetim standartlarının B.3.1 maddesine aykırı olduğu kanaatine varılmıştır.

Bununla birlikte daha önce de belirtildiği üzere denetçi firma yetkilisi tarafından 11.4.2005 tarihinde ABC Türkiye Yönetim Kurulu'na gönderilen yazıda; ABC'nin son satıcı vasıtası ile yapılan satışların gözlemlenerek, özellikle aynı yayından birden fazla adet alım yapanların tespit edilerek, bunlar içinde tüketiciye ulaşmayan alımların tespit edilmesine ilişkin taleplerin denetim çalışmaları kapsamında olması ve bu konular üzerinde örnekleme yoluyla denetim güvencesi kurularak görüş oluşturulmasının ve denetlenmesinin mümkün olmadığı ifade edilmiştir.

1330 Öte yandan denetçi firma tarafından ABC Türkiye'ye gönderilen 21.2.2006 tarihli yazının "C" başlığı altında *"Bununla birlikte, söz konusu hadiselerin Zaman Gazetesi'nin Yayıncı Şirketi'nin bilgisi ve iradesi dahilinde olup olmadığına tarafımızca değerlendirilmesi mümkün değildir."* ifadelerine yer verilmiş olmakla birlikte, Sonuç başlıklı kısmında yer alan *"... yukarıda A, B ve C maddelerinde yer alan hususların mutlaka giderilmesi ve yapılacak denetim çalışmalarında bu veya benzeri yeni hususların tekrarlanmaması gerektiğini bilgilerinize sunar,..."* ifadesi, bayilerden yapılan toplu alımların engellenmesi hususunun Zaman Gazetesi tarafından yerine getirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Dolayısıyla bu alımların sorumluluğunun Zaman Gazetesine ait olduğu kabul edilmektedir.

1340 Ancak Zaman Gazetesi'nin toplam satışının yalnızca %5'lik kısmının bayiler üzerinden gerçekleştiği dikkate alındığında Zaman Gazetesi'nin, toplam satışlarını bu şekilde artırmayı amaçlayıcı bir faaliyet içerisine girmiş olduğuna ilişkin kanaatinin makul gerekçelere dayanmadığı düşünülmektedir.

Konuya ilişkin olarak Zaman Gazetesi yetkilisi Yusuf SUBAŞI tarafından ABC Türkiye'ye gönderilen yazıda *"Bayilerden insanların gazeteyi nasıl ve ne şekilde aldıkları bizim kontrolümüzde ve sorumluluğumuzda olan bir konu değil. Bayilere dağılımı da YAY-SAT'ın planlama sistemi yapmaktadır. Bahsedilen son satıcı kimdir, bu şahıs gerçekten var mı yoksa hayali mi, bu şahıs Zaman Gazetesi personeli midir? Konu ile Gazetemizin uzaktan yakından hiçbir ilgisi yoktur."* ifadelerine yer verilmektedir.

1350 Zaman Gazetesi yukarıda yer verilen üç temel hususa dayanılarak denetlenebilir en yüksek tirajlı bağımsız yayın özelliğini kaybetmesi nedeniyle 22.2.2006 tarihinde ABC Türkiye yönetim kurulundan çıkarılmış olup bu durum gerek ABC Türkiye web sayfasında yayımlanan duyuru ve medya iletişim dünyası temsilcilerine gönderilen yazılı açıklamayla gerekse ABC Türkiye 1. yıl değerlendirme toplantısı kapsamında kamuoyuna duyurulmuştur.

1360 İkili bir pazar yapısına sahip yazılı basın piyasasında tiraj rakamlarının reklam yeri piyasasındaki doğrudan etkisine ilişkin değerlendirmeler dikkate alındığında, ABC Türkiye'nin yukarıda yer verilen gerekçelere dayanarak Zaman Gazetesi'nin yönetim kurulu üyeliğinin düşürülmesi ve tiraj denetimi dışında bırakılması kararı, Zaman Gazetesi'nin yazılı basın reklam yeri piyasasındaki faaliyetlerini zorlaştırıcı etki doğurabilecek niteliktedir.

1370 Denetim şirketi doğal olarak Türkiye'ye özgü durumlar (dikey bütünleşme ve bedelsiz gazete dağıtımları gibi) nedeniyle denetim standartlarını oldukça sıkı tutmuştur. Bu çerçevede yapılan denetimlerin bir kısmı Zaman Gazetesi tarafından kendi okurlarını uzaklaştıracak şekilde algılanmış, denetçilerin okurlara sormaları gereken soruların içeriğinden ziyade denetimin yapılma tarzı ve okuyucu kayıtlarının yerinde incelenmesi yerine denetçilere teslim edilmesi hususunda güvensizlik yaşanmıştır. Buna karşın, abonelerin aranması ve bilgilerinin teyidi açısından BPA Worldwide denetçisinin yaptığı denetimde denetçinin Zaman Gazetesi'nin müşteri destek hattını kullanarak okuyucuları aramakta, Zaman Gazetesi'nden aradıklarını belirttikten sonra okuyucunun isim, adres ve ödeme bilgilerini teyit etmekte, ne kadar süredir yayına abone olduğunu ve yayının düzenli olarak kendilerine ulaşip ulaşmadığını sormakta olduğunu, bu şekilde yapılan bir denetimin okuyucuları rahatsız etmediğini ve şirkete özel bilgilerin de şirket dışına taşınmadığını belirtmişlerdir.

1380 Bu açıdan bakıldığında, Zaman Gazetesi'nin denetlenmesine ilişkin olarak ortaya çıkan sorunların bir kısmının Zaman Gazetesi'nin denetlemenin başladığı döneme ilişkin altyapısının elverişli olmamasından, denetim şirketinin bu konudaki tecrübesizliğinden ve ABC Yönetim Kurulu'nun ön hazırlık aşamasında kaynaklanan sorunlar nedeniyle Zaman Gazetesi'ne ön yargılı bir şekilde yaklaşımlarından kaynaklandığı kanaati oluşmuştur.

Özetlemek gerekirse, denetim standartlarının sıklıkla değişmesi ve Zaman Gazetesi'nden yeni şeylerin talep edilmesinin ardında yatan nedenin Zaman Gazetesi'ne ilişkin ön yargılı algılama veya güven eksikliği olduğu düşünülmektedir.

ABC Türkiye'nin Zaman'ı bu oluşumun dışına iterek rekabeti kısıtlamaya yönelik kasıtlı bir faaliyet içinde olduğuna dair her hangi bir delile rastlanmamış olmakla birlikte, yukarıda ayrıntılı bir şekilde yer verilen kararlar ve bunlar neticesinde yapılan uygulamalar, Zaman Gazetesi'nin veya sisteme dâhil olan ve abonelik sistemiyle satış yapan başka bir yayıncının süreli yayınlar reklâm yeri piyasasındaki faaliyetlerini zorlaştırıcı etki doğurabilecek niteliktedir.

1390 Bununla birlikte, Zaman Gazetesi'nin denetlenememesinin ve ABC Türkiye Yönetim Kurulu üyeliğinden çıkarılmasının şu ana kadar geçen sürede anılan gazetenin faaliyetlerini zorlaştırdığına dair bir bulguya da rastlanmamıştır. Bu konudaki en önemli etken ise ABC Türkiye'nin faaliyete geçmesinden bu yana kısa bir süre geçmiş olması, ABC ölçütlerinin ve denetiminin henüz bir endüstri standardı haline gelmemiş olmasıdır.

1400 Ancak standartlar ve uygulamalar mevcut haliyle devam ettirildiği takdirde, tiraj denetiminin net ve objektif standartlara kavuşmaması ve bazı yayıncıların istedikleri ve yükümlülüklerini getirdikleri halde denetim dışında kalmaları veya denetim standartlarının oluşturulması konusunda söz sahibi olmamaları, objektif kriterlere dayanmayan kurallar neticesinde denetlenemeyen gazete ve dergilerin reklam pastasından pay almasının engellenmesi gibi hususlar piyasadaki rekabeti kısıtlayacaktır.

Bu nedenlerden dolayı bu aşamada ABC Türkiye hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığı; ancak ABC'nin Türkiye'deki toplam tirajın %70'ini denetliyor olması ve sektörde belirleyici rol üstlenme yönündeki çalışmaları da dikkate alındığında, abonelik sistemi ile çalışan gazeteleri dışlama ihtimali olan uygulamaların yakın bir zaman diliminde ortaya çıkabilecek olması nedeniyle, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca, yukarıda yer verilen hususların ivedilikle düzeltilmesi ve bu konudaki tereddütlerin giderilmesi gerektiği kanaatine ulaşılmıştır.

1410

J.4. Küçük Gazetelerin Sisteme Dâhil Olamaması

Dosya kapsamında gündeme gelen bir diğer iddia da ABC'nin bir tek denetçi firma ile çalışarak denetim maliyetlerinin yükselmesini sağladığı, bu durumun ABC'nin tiraj denetime tabi olmak isteyebilecek küçük gazeteleri engelleme amacını taşıdığıdır.

Yerinde inceleme sırasında elde edilen belgelerde ve ABC yetkililerinden alınan bilgilerde görüldüğü üzere, ABC Yönetim Kurulu söz konusu denetim işinin gerçekleştirilmesi amacıyla yurtdışında bu işi yapmakta olan üç büyük firmadan teklif alma girişiminde bulunmuş, iki firma ABC'ye teklif vermiş ve ABC bu tekliflerden düşük maliyetli olanını tercih etmiştir.

1420

Bedelin diğer ülkelere oranla yüksek olmasının nedeni olarak da, diğer ülkelerde gazete sayısının yoğun olarak abonelik sistemi ile yapıldığı, abonelere ilişkin sağlıklı veritabanlarının bulunduğu, ödemelerin kredi kartı ile yapıldığı; bayilik satışları aşamasında ise, bayiler, ara bayiler, dağıtım şirketleri ve yayıncı kuruluşların birbirlerinde bağımsız oldukları ve bu nedenle aralarındaki kayda, fatura ilişkilerine bakarak denetimin kolaylıkla yapılabildiğini, bayilikler açısından geniş saha araştırmalarına gerek duyulmadığı ve bu nedenle maliyetlerin düşük olabileceği belirtilmiştir.

1430

Türkiye'de ise yayıncı kuruluşlar ile dağıtım şirketlerinin aynı teşebbüslerin bünyesinde bulunması nedeniyle manipülasyonları önlemek amacıyla daha geniş ve ayrıntılı saha araştırmalarına gerek duyulduğu bunun da maliyeti arttırdığı ifade edilmiştir.

Bu açıdan bakıldığında, denetim bedelinin yüksekliğinin küçük teşebbüsleri dışlama amacından kaynaklanmadığı, iki büyük medya kuruluşunun aynı zamanda dağıtım şirketlerine sahip olmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Yerinde incelemelerde aynı zamana, ABC Yönetimi'nin yerel gazetelerin daha düşük bir bedel ödemesine olanak sağlayacak bir çalışma içinde olduğu ve denetim şirketinden bu yönde talepte bulunduğu da anlaşılmıştır.

1440

Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında, bu aşamada konuya ilişkin soruşturma açılmasına gerek olmadığına, ancak 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca ABC Türkiye'ye; "kararın tebliğinden itibaren belirli bir süre içinde Denetim standartlarında gerekli değişiklikleri yapması ve üye olan yayıncıların birden fazla denetim şirketi ile çalışmasına ve denetim bedelinin rekabetçi bir düzeyde belirlenerek aşağı çekilmesine olanak sağlayacak bir akreditasyon sistemi oluşturması gerekmektedir.

J.5. ABC Türkiye'nin Yapısına İlişkin Değerlendirme

Daha önce de belirtildiği üzere, bir gazetenin maliyetlerinin pek az bir kısmı okuyucudan alınan bedelle karşılanabilmekte iken bu maliyetin büyük bir kısmı reklam yerlerinden elde edilen gelirlerden karşılanmaktadır. Bir başka deyişle, gazetelerin asıl "müşterisi"ni reklam veren teşebbüsler oluşturmaktadır. Bu nedenle

1450 tiraj rakamlarının denetlenebilmesi ve bu denetimin objektif bir şekilde olması hem gazetelerin satışlarına orantılı bir reklam geliri elde edebilmesi ve piyasadaki faaliyetlerini sürdürebilmesi açısından önemlidir; hem de reklam verenlerin reklam harcamalarını yönlendirecekleri mecraları doğru bir şekilde seçebilmesi açısından önemlidir.

Yukarıda sayılan nedenlerden ötürü de Rekabet Kurulu “ABC Tiraj Denetim Kurulu”nun oluşmasını yararlı görmüş, söz konusu oluşuma menfi tespit vermiştir. Bahse konu menfi tespit kararında;

- 1460
- ABC Yönetim Kurulu’nun oluşumuna bakıldığında, “...iki medya grubunun diğer medya organlarını ya da gruplarını bu oluşumdan dışlamak gibi rekabet hukuku açısından sorun teşkil edebilecek bir olasılık ortaya çıkardığı”nın görüldüğü,
 - Ancak daha sonra bu gruplardan bağımsız medya kuruluşlarının da yönetim kurulu üyeliğine gelecekleri ve yönetim kurulu karar alma nisabının 7/(12) olduğu, Reklamcılar Derneği ve Reklam Verenler Derneği üyelerinin her birinin en az bir olumlu oyunun gerekli olduğu, toplantıların şeffaf olmasının ve gözlemci bulundurulmasının öngörüldüğü dikkate alındığında;
 - “ABC Türkiye’nin herhangi bir yayın grubunun etkisi altında diğerlerinin faaliyetlerini zorlaştırıcı bir şekilde faaliyette bulunma ihtimali önemli ölçüde zayıflamaktadır” denilmekte, “yönetim kurulunda temsilcisi olmayan üyelere toplantılarda gözlemci üye olarak bulunabilme hakkının tanınmasının yönetim kurulunun işleyişi hakkında şüpheleri olan şirketler açısından olumlu bir gelişme olarak kabul edilebileceği”
- 1470

belirtilmekte, çoğulculuk, şeffaflık ve objektiflik ilkeleri vurgulanmaktadır.

Ne var ki, yapılan inceleme ve tespitler neticesinde, gerek denetim standartlarına gerekse bu standartların oluşturulması ve yorumlanmasına ilişkin olarak elde edilen bulgular ABC’nin hâlihazırdaki yapısının henüz kurumsallaşmaktan, çoğulculuktan ve arzu edilen objektifliği sağlamaktan uzak olduğunu göstermektedir. Daha açık ifadelerle;

- 1480
- ABC’nin bir “proje” olarak isimlendirilmiş olması ve tüzel kişiliğinin olmaması, dernek, vakıf gibi tüzel kişiliklerden farklı olarak belirli kayıtları tutma zorunluluğunun olmaması ve bu yükümlülükleri karşılamadığı takdirde herhangi bir yaptırıma tabi olmaması gibi nedenlerle, karar alma ve itiraz süreçleri konusunda bir belirlilik yoktur.

Örnek vermek gerekirse; ABC Projesi’nin belgeleri arasında yer alan “Yönetim Kurulu Karar Defteri”nde, toplam 96 sayfalık metin bulunmakta ve bu metinlerden 25 tanesi “ABC Tiraj Denetim Projesi Toplantı Notu”, bir tanesi “ABC Türkiye Denetim Çalışma Grubu Toplantısı Notu” ve 4 tanesi “ABC YÖNETİM KURULU KARARI” başlıklarını taşımaktadır.

1490

Söz konusu metinlerden anlaşıldığı kadarıyla, her ay yapılan toplantılar “ABC Tiraj Denetim Projesi Toplantı Notu” başlığı altında kaydedilmekte; bu toplantılara Yönetim Kurulu Üyelerinin yanısıra denetçi firmadan da temsilcilerin katıldığı anlaşılmaktadır. Toplantı notlarında imza için yer açılmamakta, notlara ilişkin sayfaların paraflanması ile yetinilmektedir. Denetim Standartları ve hatta Kuruluş Sözleşmesi’ne ilişkin birçok değişikliğin bu formatta yapıldığı görülmektedir.

Anılan toplantılarda Kuruluş Sözleşmesi'nde ve Kuruluş Sözleşmesi'nin ayrılmaz parçası olarak kabul edilen Denetim Standartları'nda sıklıkla değişiklikler yapıldığı, değişikliklerin yapıldığı metinlerin altına imza atılmak yerine paraflandığı, bu aşamada asgari üye sayısı ile yetinildiği görülmektedir.

1500 Ayrıca bu durumun, Yönetim Kurulu üyeliğince tüm toplantılara katıldığı belirtilen ve toplantıya katılanlara dair listede ismi geçen Zaman Gazetesi temsilcisinin, bu metinlerden hiçbirinin altında imzasının veya parafının bulunmadığı ve bu durumun Zaman Gazetesi temsilcisi Yusuf SUBAŞI'nın "Yönetim kurulu üyesi olduğumuz dönemde tüm yönetim kurulu toplantılarına katılmış olmamıza rağmen bu toplantılara ilişkin kararlar daha sonra imzaya açılmış ancak bize sunulmamıştır. Dolayısıyla, alınan kararlar altında imzamız yoktur. Ayrıca, toplantılarda dile getirdiğimiz ya da yazılı olarak sunduğumuz itirazlar dikkate ve kayıtlara alınmamıştır. Denetim standartlarının değiştirilmesine ilişkin kararlara katılmamız söz konusu değildir.", şeklindeki ifadesine uygun gösterdiği anlaşılmaktadır.

1510 Aynı şekilde, yapılan inceleme ve tespitlere ilişkin kısımda da belirtildiği üzere, Zaman Gazetesi temsilcisi Yusuf SUBAŞI'nın ABC Yönetim Kurulu toplantılarının işleyişine ve karar alma sürecine ilişkin olarak ABC Yönetim Kurulu'na sunduğu eleştiri ve öneri metni de dikkate alınmamıştır.

1520 Yukarıda sayılan nedenlerle, yönetim kurulu üyelerinin ve ABC üyesi kuruluşların taleplerinin Yönetim Kurulu'nda ne şekilde tartışıldığı, hangi gerekçelerle reddedildiğine dair ayrıntılı bilgiler ve şerhler bulunmamakta, tüm kararların oybirliği ile alındığı izlenimi ortaya çıkmaktadır. Nitekim, Doğan Dağıtım temsilcisinin 31.1.2006 tarihli toplantıda el yazısı ile yazmış olduğu bir şerh ve 13.9.2006'da yer alan iki şerh dışında alınan kararlara dair toplantı tutanaklarına yansıyan bir itiraz olmamıştır.

9.9.2005 tarihli Yönetim Kurulu kararı ile Kuruluş Sözleşmesi değiştirilmiştir. Kuruluş sözleşmesi değişikliği için asgari dokuz üyenin oyu ve Reklamcılar Derneği, Reklam Verenler Derneği ve yayıncı kuruluşlardan en az birinin oyu gerekirken, söz konusu Yönetim Kurulu kararı, Reklam Verenler Derneği temsilcisi olmaksızın, sekiz üye ile ve yalnızca Reklamcılar Derneği Başkanı ile Doğan ve Merkez gruplarının temsilcilerinin katılımıyla alınmıştır.

1530 – ABC'nin Kuruluş Sözleşmesi ve Denetim Standartları'nda yapmış olduğu değişiklikler nedeniyle, anılan metinler Rekabet Kurulu'nun menfi tespit belgesine konu olan sözleşmeden ve denetim standartlarından farklılaşmış, ancak bu durum Rekabet Kurulu'na bildirilmemiştir. ABC'nin söz konusu değişiklikleri Rekabet Kurulu'na bildirme zorunluluğu olmamakla birlikte, yapılan değişiklikler ve fiiliyattaki durum menfi tespit açısından yeni bir değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır.

– Denetim Standartlarında bu kadar sık değişiklik yapılması, şu aşamada sistemin henüz tam anlamıyla oturmamış olmasının bir göstergesi olmakla beraber, bu standartların oluşumunda iki büyük grubun dışındaki medya kuruluşlarının katkısının ve müdahalesinin sınırlı olduğu görülmekte, uzun vadede Yönetim Kurulu'nda temsilci bulundurmayan kuruluşlar aleyhine sonuç doğurma riskini taşımaktadır.

1540 – Aynı paralelde gündeme gelen bir diğer sakınca da, Yönetim Kurulu'nun, dernek vb. kuruluşlardan farklı olarak, tüm temsilcilerden oluşan bir genel kurul tarafından eşit oylar çerçevesinde seçilmemesi, bilakis medya piyasasındaki

gücün Yönetim Kurulu'na doğrudan yansması şeklindedir. Bir başka deyişle, Kurucu Üye sıfatını haiz iki büyük medya grubunun üyeliklerinin ve bu çerçevede 15 kişilik Yönetim Kurulu'nda üçer sandalyelerinin sabit olması; buna karşın belirli bir dönemde "en çok satan" gazete ve dergiler için Yönetim Kurulu'nda toplam üç sandalyenin ayrılması, düşük tirajlı gazete ve dergiler ile bölgesel gazete ve dergilerin yönetim kurulunda temsil edilebilme olanaklarını engellemekte, uzun vadede söz konusu yayın kuruluşları aleyhine oluşabilecek gelişmelerin fark edilmesini güçleştirmektedir.

1550

Objektif ve eşitlikçi bir şekilde tiraj denetimi yapılabilmesi ve reklam verenlerin bundan fayda sağlayabilmesi açısından reklam veren kuruluşları ve reklamcıları temsilen sabit üyeliklerin bulunması makul iken denetime konu olacak teşebbüslerden bir kısmının yönetim kurulu üyeliklerinin doğrudan garanti altına alınmış olması denetime tabi olacak diğer gazete ve dergi yayıncıları açısından eşitliği bozucu bir yapı arz etmektedir. Nitekim, İngiltere, Yeni Zelanda ve Avustralya'daki ABC oluşumlarında da reklam verenler ve reklamcılar açısından üyelik sayısı sabitlenmiş iken, medya kuruluşlarının kendi aralarında yaptıkları seçimler sonucunda yönetimde söz sahibi olabildikleri gözlemlenmektedir.

1560

Ayrıca, önceki bölümlerde de belirtildiği üzere, yoğun olarak abonelik sistemi ile çalışan önaraştırma sürecinde kendileri ile görüşülen iki basın kuruluşunun yetkilileri de, ABC Türkiye'nin halihazırdaki yapılanmasının iki büyük gruba avantaj sağlar görüldüğünü, ABC yönetiminin daha katılımcı hale gelmediği müddetçe ABC Türkiye'ye üye olmanın anlamlı olmayacağını ifade etmiştir.

Bu çerçevede, Cumhuriyet Gazetesi'nin de bu oluşuma dahil olarak ABC Türkiye Yönetim Kurulu'nda yer almak istediği, ancak ABC Türkiye Yönetim Kurulu'nun 8.9.2005 tarihli toplantı notunun 2 numaralı maddesindeki "YK yapısının Kuruluş Sözleşmesi ile belirlenmiş olması itibarıyla, Cumhuriyet Gazetesi'nin üyeliğinin şu anda mümkün olmadığı tespit edildi." ifadesinden de anlaşıldığı üzere buna imkan bulamadığı görülmektedir.

1570

- Dikkate alınması gereken bir başka husus da, ABC Türkiye oluşumunun etkisinin her geçen gün artması ve bu oluşumda meydana gelecek ayrımcı davranışların sistematik olarak bütün medya endüstrisindeki rekabeti bozucu bir hale gelmesi riskidir: Hâlihazırda ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu, kendisinin denetleyip ilan ettiği rakamların BİAK ve Basın İlan Kurumu tarafından da kullanılması yönünde girişimlerde bulunmaktadır. Bu çerçevede Basın İlan Kurumu'nun ABC Türkiye verilerini kullanması idarelerin vermekte oldukları ilanlarının yönlendirilmesi, BİAK'ın ABC Türkiye verilerini kullanması da BİAK araştırmalarının kapsamı ve örneklem büyüklüğü açısından önem taşımaktadır. Söz konusu girişimler olumlu sonuçlandıği takdirde, tirajları ABC Türkiye tarafından denetlenmeyen gazete ve dergilerin reklâm ve ilan gelirlerinin azalması ya da bunların ABC sistemine girmeye "zorlanması" gündeme gelecek ve bu durumda oluşumunda, gelişiminde ve değişiminde söz sahibi olamadıkları ve olamayacakları kurallara tabi olmak durumunda kalacaklardır.

1580

Yukarıda yer verilen hususlar değerlendirildiğinde;

1. Rekabet Kurulu'nun menfi tespit belgesini verdiği 11.3.2005 tarihinden sonraki 18. günden itibaren ABC Yönetimi'nin Denetim Standartlarının ve ABC Türkiye Kuruluş Sözleşmesi'ni değiştirmeye başladığı, Kuruluş Sözleşmesi'nin ayrılmaz bir parçası olan Denetim Standartları'nın da, en az dört değişik

1590 versiyonunun yayınlandığı, dolayısıyla menfi tespit belgesi verilen oluşum, kurallar ve ilkeler bütününde değişiklikler meydana geldiği,

2. ABC Yönetiminin, bu değişikliklerin esasa ilişkin olmadığı ve Rekabet Kurulu'na sunulan oluşumdan ve belgelerden büyük farklılıklar arzetmediğine dair öne sürdüğü görüş kabul edilse bile, ABC'nin mevcut yapısının, uygulamalarının ve oluşumun etkilerinin menfi tespit verilmesi aşamasında öngörülen olumlu niteliklerden uzaklaştığı; bir başka deyişle Kuruluş Sözleşmesi'nde ve Denetim Standartlarında değişiklik olmasaydı dahi ABC Türkiye'nin karar alma süreçlerinin, fiili yapısının ve uygulamalarının menfi tespit kararında öngörülenden farklılaştığı ve menfi tespit ile öngörülen faydaları sağlamasının mümkün görünmediği,

1600 3. ABC'nin mevcut yapısının ve uygulamalarının Rekabet Kurulu'nun ABC oluşumuna menfi tespit belgesi vermesi aşamasında ısrarla vurguladığı çoğulculuk, şeffaflık ve objektiflik ilkelerinin gereklerini karşılamaktan uzak olduğu,

4. ABC Türkiye'nin *"reklam mecrası niteliğindeki süreli yayınların tiraj rakamlarını tek çatı altında ve tarafsız biçimde denetleyerek oluşturmak, bu konuda karşılaştırılabilir onaylı belgeler hazırlamak"* şeklinde belirtilen ve sektörde rekabet ortamına olumlu etkiye bulunacağı düşünülen amacına ters düştüğü,

1610 5. ABC'nin bu yapısı ile iki büyük medya kuruluşu dışındaki medya kuruluşlarının katılımcılığını sağlamada yetersiz kaldığı, sürekli değişen denetim standartları nedeniyle belirli bir piyasa gücüne sahip olmayan kuruluşlarının denetim dışı kalma ve dolayısıyla olası reklâm gelirlerinden mahrum kalma riskinin bulunduğu ve bu durumun yayıncılık piyasasındaki rekabeti kısıtlayacağı

dikkate alındığında, Rekabet Kurulu tarafından ABC Kuruluş Sözleşmesi'ne verilmiş olan menfi tespit belgesinin 4054 sayılı Kanun'un 13.maddesinin (a) bendi gereğince geri alınması gerektiği kanaatine varılmıştır.

1620 Menfi tespit belgesinin hangi tarihten itibaren geri alınacağı hususunda ise, Kurum kayıtlarına ulaşan ve 11.3.2005 tarih ve 05-14/160-57 sayılı Rekabet Kurulu kararı ile Menfi Tespit Belgesi'nin sonrasındaki döneme denk gelen en eski Denetim Standartları versiyonunun Mayıs 2005'e ait olduğunun göz önünde bulundurularak menfi tespit belgesinin 1.5.2005 tarihinden itibaren geri alınması gerektiği kanaatine ulaşılmıştır.

Diğer yandan, 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesine göre, Kurul'un menfi tespit verilmesi görüşünden 13. madde çerçevesinde dönmesi durumunda, *"taflara Kurul'un görüş değiştirmesine kadar geçen süre için cezai müeyyide uygulanmayacağı."* hükmü gereğince taflara herhangi bir cezai müeyyide uygulanmasına mahal olmadığı düşünülmektedir.

1630 Diğer yandan, tirajların doğru ve objektif bir şekilde ölçümünün gerek gazete ve dergiler gerekse reklam verenler açısından önemli ve gerekli olduğu dikkate alındığında;

- Reklam verenler ve reklamcılara ilişkin meslek örgütlerinin tabi üyeliklerinin gerekli olduğu, ancak medya kuruluşları için bu tür bir "doğal üyelik" yaklaşımının ve bu çerçevede iki büyük medya grubuna doğrudan üyelik sağlayan yapının eşitlik ve çoğulculuk ilkeleri ile bağdaşmayacağı,

- 1640 - Dolayısıyla, ABC Yönetim Kurulu üyeliklerinin rekabet hukuku normlarına uygun olarak “teşebbüs” bazında belirlenmesinin gerektiği, dolayısıyla bir medya grubunun her ne surette olursa olsun birden fazla üyeliğe ve oy hakkına sahip olmaması gerektiği ve medya kuruluşlarının üyeliklerinin tiraj vb. kıstaslara bağlı olmaksızın ABC’ye üye olan medya kuruluşlarının eşit bir şekilde temsilini sağlayacak şekilde belirli süreliğine seçilmesi gerektiği,
- 1650 - Yukarıdaki bentte belirtilen seçim sürecinde, gazetelerin, dergilerin, bölgesel ve ulusal yayınların eşit bir şekilde temsilini teminen bu gruplar bazında kontenjanlar tanınabileceği, ancak bu durumun bir medya grubunun birden fazla üyelik elde etmesini olanak vermeyecek şekilde belirlenmesi gerektiği,
- Aynı şekilde, toplantı ve karar nisaplarına ilişkin eşiklerin yükseltilmesi, ABC kayıtlarının tutulması, toplantı gündeminin gönderilmesi, tartışmaların ve farklı görüşlerin kaydedilmesi gibi konuların da kurala bağlanarak katılımcılık konusundaki olası tereddütlerin giderilmesi gerektiği,
- 1650 - Bölgesel yayınların denetimine olanak verecek bir maliyet yapısının ortaya konulması, bu çerçevede İngiltere vb. ülkelerdeki gibi birden fazla akredite denetim firması ile çalışılması veya diğer ülkelerde ABC’nin kardeş kuruluşları tarafından akredite edilen teşebbüslerin belirli koşullar çerçevesinde ülkemizde de denetim yapabilmesine olanak sağlayacak bir yapının oluşması gerektiği,
- Denetim standartlarının sık sık değiştirilmesinin standartlara ve ölçümlere olan güvenilirliği ve karşılaştırılabilirliği azalttığı dikkate alındığında, bu standartların en başta kapsamlı ve objektif olarak belirlenmesi ve olası değişikliklerin az sayıda olmasını, katılımcı bir şekilde belirlenmesini ve abonelik sistemi ile çalışan gazeteler açısından ayrımcılık yaratmayacak şekilde uygulanmasını sağlayacak bir yapılanmanın oluşturulması gerektiği,
- 1660 - Ayrıca, okuyuculara bedelsiz olarak sunulan ve sadece reklâm gelirlerine bağlı olarak varlığını sürdüren gazetelerin de uzun vadede medya sektöründe yer alabileceğinde hareketle, denetim standartlarının ve üyeliklerinin bunları da kapsayacak şekilde belirlenmesi gerektiği,

yukarıda sayılan hususları karşılayacak ve tereddütleri giderecek düzenlemelerin yapılarak Rekabet Kurulu’na bildirilmesi durumunda ABC Türkiye oluşumunun yeniden değerlendirilebileceği, aksi takdirde ABC Türkiye’nin yönetiminde temsilcisi bulunun teşebbüs ve teşebbüs birlikleri hakkında Kanun kapsamında işlem başlatılacağı sonucuna ulaşılmıştır.

1670 J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- 1680 1. a) Zaman Gazetesi’nin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırıldığı hususunda, denetim standartlarının sıklıkla değişmesi ve Zaman Gazetesi’nden yeni taleplerde bulunulmasının ardındaki nedenin Zaman Gazetesi’ne ilişkin ön yargılı algılama veya güven eksikliği olduğu; ABC Türkiye’nin Zaman Gazetesi’ni bu oluşumun dışına iterek rekabeti kısıtlamaya yönelik kasıtlı bir faaliyet içinde olduğuna dair her hangi bir delile rastlanmamış olmakla birlikte, yapılan uygulamaların Zaman Gazetesi’nin veya sisteme dahil olan ve abonelik sistemiyle satış yapan başka bir yayıncının süreli yayınlar reklam yeri piyasasındaki faaliyetlerini zorlaştırıcı etki doğurabilecek nitelikte olduğuna; ABC Türkiye’nin faaliyete geçmesinden bu yana kısa bir süre geçmiş olması, ABC ölçütlerinin ve

denetiminin henüz bir endüstri standardı haline gelmemiş olması ve Zaman Gazetesi'nin faaliyetlerini zorlaştırdığına dair bir bulguya da rastlanmaması nedeniyle bu aşamada ABC Türkiye hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığına;

b) Ancak, ABC Türkiye'nin Türkiye'deki toplam tirajın %70'ini denetliyor olması ve sektörde belirleyici rol üstlenme yönündeki çalışmaları da dikkate alındığında, abonelik sistemi ile çalışan gazeteleri dışlama ihtimali olan uygulamaların etkilerinin yakın bir zaman diliminde ortaya çıkabilecek nitelikte olması nedeniyle, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca ABC Türkiye'nin, denetim standartlarını bu kararın değerlendirme kısmında yer verilen ilkeler doğrultusunda katılımcı bir şekilde belirleyip, objektif, kapsamlı, karşılaştırılabilir ve istikrarlı bir hale getirerek 90 gün içinde Kurul'a tevsik etmesine;

1690

2. a) ABC Türkiye'nin öngördüğü denetim bedelinin yüksekliğinin küçük teşebbüsleri dışlama amacından kaynaklanmadığı, iki büyük medya kuruluşunun aynı zamanda dağıtım şirketlerine sahip olmasından kaynaklandığı ve belirli bir tirajın altında kalan gazeteler için daha düşük bir bedel talep edilmesi hususunda çalışmalar yaptıkları dikkate alındığında, bu aşamada konuya ilişkin soruşturma açılmasına gerek olmadığına,

1700

b) Ancak 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca ABC Türkiye'ye; Rekabet Kurulu kararının kendilerine tebliğinden itibaren 90 (doksan) gün içinde Denetim standartlarında gerekli değişiklikleri yapması ve üye olan yayıncıların birden fazla denetim şirketi ile çalışmasına ve denetim bedelinin rekabetçi bir düzeyde belirlenerek aşağı çekilmesine olanak sağlayacak bir akreditasyon sistemi oluşturması ve bu durumu Kurul'a tevsik etmesine,

1710

3. a) Menfi tespit kararının verildiği günden bu tarafa ABC Türkiye Kuruluş Sözleşmesi'nde ve Denetim Standartları'nda yapılan değişiklikler, ABC'nin mevcut yapısının ve uygulamalarının Rekabet Kurulu'nun ABC oluşumuna menfi tespit belgesi vermesi aşamasında ısrarla vurguladığı çoğulculuk, şeffaflık ve objektiflik ilkelerinin gereklerini karşılamaktan uzak olduğu ve şu anki yapısı ile iki büyük medya kuruluşu dışındaki medya kuruluşlarının katılımını sağlamada yetersiz kaldığı, sürekli değişen denetim standartları nedeniyle belirli bir piyasa gücüne sahip olmayan kuruluşlarının denetim dışı kalma ve dolayısıyla olası reklam gelirlerinden mahrum kalma riskinin bulunduğu ve bu durumun yayıncılık piyasasındaki rekabeti kısıtlayacağı dikkate alındığında, Rekabet Kurulu tarafından ABC Kuruluş Sözleşmesi'ne verilmiş olan menfi tespit belgesinin, 4054 sayılı Kanun'un 13. maddesinin (a) bendi gereğince 1.5.2005 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere geri alınmasına,

1720

b) Ancak, 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesinin son fıkrası uyarınca taraflara herhangi bir cezai müeyyide uygulanmasına yer olmadığına,

4. Tirajların doğru ve objektif bir şekilde ölçümünün gerek gazete ve dergiler gerekse reklamverenler açısından önemli ve gerekli olduğu dikkate alındığında;

ABC'nin bu kararın değerlendirmeler kısmında belirtilen önerileri dikkate alacak şekilde;

- medya kuruluşlarının ABC yönetiminde tiraj vb. kıstaslara bağlı olmaksızın eşit bir şekilde temsilini sağlayacak,

-yönetime ilişkin ilkelerin, kararların ve görüşlerin oluşturulması ve değerlendirilmesine ilişkin kayıt standartları ve kuralları oluşturularak bunlara bağlı kalınmasını sağlayacak,

1730

- katılımçılık konusundaki olası tereddütleri giderecek,

- bölgesel yayınların denetimine olanak verecek bir maliyet yapısının ortaya koyacak, birden fazla denetim firması ile çalışılmasına olanak sağlayacak,

- denetim standartlarının kapsamlı ve istikrarlı bir şekilde belirleyerek abonelik sistemi ile çalışan gazeteler açısından ayrımcılık yaratmayacak şekilde uygulayabilecek,

- denetim standartları ve üyeliklerini okuyuculara bedelsiz olarak sunulan ve sadece reklâm gelirlerine bağlı olarak varlığını sürdüren gazeteleri de kapsayacak şekilde oluşturan bir yapılanmaya gittiği ve bunu 90 (doksan) gün içinde Rekabet Kurulu'na tevsik ettiği takdirde yeni yapılanmanın 4054 sayılı Kanun çerçevesinde yeniden değerlendirilebileceğine;

1740

5. Yukarıda sayılan hususları karşılayacak ve tereddütleri giderecek düzenlemelerin belirtilen süre içinde yapılarak Rekabet Kurulu'na bildirilmemesi durumunda ise; 4054 sayılı Kanun çerçevesinde işlem başlatılacağına ilişkin ilgili taraflara bildirilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.